

Cato *ridens* de senectute: il ruolo della creatività e dell'umorismo nell'invecchiamento

[Cato *ridens* de senectute: the role of creativity and humour in ageing]

Carlo Cristini¹, Giovannantonio Forabosco², Alessandro Antonietti^{3*}

¹Dipartimento di Scienze Cliniche e Sperimentali, Università di Brescia; ²Centro Ricerca Umore (CRU), Ravenna;

³Dipartimento di Psicologia, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano

*E-mail: alessandro.antonietti@unicatt.it

Original article

Ricevuto il 25 Agosto 2020; accettato l'8 Gennaio 2021

ABSTRACT

IT Nel corso dell'invecchiamento le capacità creatività e umoristiche continuano ad essere particolarmente attive, talvolta assumendo peculiari caratteristiche che spesso comprendono anche un affinamento ed uno sviluppo del pensiero. Creatività e umorismo si riconoscono in alcune qualità del pensiero, come l'innovazione, la metafora, il meta-pensiero, ma non sempre le persone creative si avvalgono anche dell'umorismo. Numerose ricerche attestano che la creatività e l'umorismo contribuiscono al mantenimento di una condizione di salute o allo sviluppo di uno stato di benessere; non rappresentano certamente la panacea delle varie sofferenze che possono accadere nella vita di una persona, ma spesso aiutano a sorridere, a intravedere possibili nuove prospettive, a star meglio, talvolta semplicemente nel qui ed ora o nel loro ricordo. Creatività e umorismo non si arrestano a una determinata soglia dell'età, talvolta malgrado alcune difficoltà di salute. Il presente contributo intende principalmente evidenziare le connessioni teoriche fra invecchiamento, creatività e umorismo, in particolare riguardo alla promozione del benessere e della salute che vari personaggi dell'arte, della scienza e della cultura hanno testimoniato anche negli ultimi anni della loro lunga vita.

Parole chiave: Creatività, umorismo, invecchiamento, personalità

EN Creative and humorous abilities are still present while ageing and they sometimes acquire peculiar characteristics, which often include refinement and development of thought. Creativity and humour are recognized in some qualities of thought, such as innovation, metaphor, and meta-thinking. Yet, not always do creative people use humour. Numerous studies showed that creativity and humour contribute to the maintenance of a healthy state or to the development of a state of well-being. They certainly do not represent the panacea for the various sufferings that can occur in a person's life, but they often help people to smile, to find possible new perspectives, to feel better, sometimes simply here and now, sometimes in their memory. Creativity and humour do not cease at a certain age, not even when in the presence of some health difficulties. This contribution mainly aims to highlight the theoretical connections between ageing, creativity, and humour, with particular reference to the promotion of well-being and health, which various personalities from art, science, and culture have witnessed even in the last years of their long life.

Key words: Humour, creativity, ageing, personality

1. Premessa

Nel 1970 Yvonne Treadwell pubblicò un esperimento che vedeva coinvolti insieme creatività e umorismo. È da notare che nei riferimenti bibliografici non risultava nessuna voce di lavori precedenti. Merita di essere riportato che nello stesso anno comparve un articolo in italiano in cui si esaminavano, oltre all'aggressività, anche l'umorismo e il pensiero creativo in adolescenti plus-dotati (De Nova & Orio, 1970). È quindi a quell'epoca che si può far risalire l'inizio di uno studio sistematico e sperimentale dei due fenomeni (creatività e umorismo) in reciproca relazione. Nel corso del tempo l'attenzione si è estesa ad aree diverse, in particolare quella dell'età evolutiva (si veda ad es. Addarii et al., 2020), fino ad arrivare a interessare anche gli anni della vecchiaia e della longevità. Nel corso dell'invecchiamento, e non raramente fino al termine, creatività e umorismo non solo sono presenti e attivi, ma tendono spesso a caratterizzarne la qualità e il processo di realizzazione, rappresentando in tal modo dei significativi fattori congiunti di benessere e salute (Cesa-Bianchi et al., 2013). L'esperienza acquisita da anziani, unitamente all'evoluzione del pensiero creativo e umoristico, può consentire di contenere ed anche superare determinate difficoltà esistenziali e favorire una migliore qualità della vita (Cristini & Cesa-Bianchi, 2019).

2. Invecchiamento

Si vive sempre di più e quindi aumenta progressivamente il numero degli anziani. Gli ultracentenari che alcuni decenni fa rappresentavano un'eccezione, un fatto straordinario, ora costituiscono una presenza abituale in molte realtà, domiciliari o residenziali. Attualmente appare ancora sorprendente il constatare, in molti ultracentenari, la lucidità mentale, il desiderio di vivere, la capacità di essere presenti a se stessi, di progettare i giorni a venire, di continuare ad essere curiosi, a ricercare il significato profondo della loro lunga esistenza. Non è più il numero degli anni a cogliere di sorpresa, ma il mantenimento della capacità di coscienza, di riflessione, di sintesi creativa, dell'atteggiamento disincantato e sereno di vivere giorno dopo giorno, anche con gratitudine. Non è più la quantità degli anni a stupire, ma la loro qualità. Anche questo un domani - forse non tanto lontano - non desterà più alcuna meraviglia, come quelle imprese sportive che attualmente richiamano la sensazionalità del gesto e che pur rappresentano un atto creativo, innovativo (Cesa-Bianchi & Cristini, 2014). La plasticità cerebrale, quale proprietà delle cellule nervose di adattarsi all'ambiente, persiste anche in età avanzata; le capacità di resilienza si possono esprimere per l'intero arco esistenziale: non terminano alle soglie di una certa età, ma ne tratteggiano caratteristiche in rapporto alle esperienze vissute ed elaborate. Affermazioni come quelle riportate da Sofocle ("Invecchio imparando molte cose nuove") o da Platone ("Invecchio imparando sempre ogni giorno cose nuove"), o proposte in termini ironici dal detto popolare "La vecchia non poteva mai morire perché aveva sempre qualcosa da imparare", testimoniano la possibilità di continuare a sviluppare, ad approfondire le conoscenze e riflettono una resilienza psicobiologica, una plasmabilità della mente e del cervello. Creatività e umorismo non hanno età.

Una caratteristica essenziale del processo di invecchiamento è la sua variabilità. Non esistono psicologie uniformi (o uniformabili) dell'ottantenne, del novantenne o dell'ultracentenario. La vecchiaia, il procedere degli anni, le esperienze differenziano sempre più le storie delle persone, il loro modo di essere, la loro individualità (Hillman, 1999; Cesa-Bianchi & Cristini, 2009; Cipolli & Cristini, 2012; De Beni & Borella, 2015; Cristini & Porro, 2017). Le notevoli differenze dipendono dall'influenza di vari fattori (Cesa-Bianchi, 2000):

- *Genetici*: si riconosce l'influenza di un sistema ereditario complesso nell'orientare il ritmo, le fasi, la durata, le modifiche dell'invecchiamento;
- *Economici*: le persone meno abbienti presentano generalmente un declino più precoce; alla povertà si associano spesso altre condizioni sfavorevoli, come la bassa scolarità e la comparsa di malattie;
- *Educativi-culturali*: invecchia meglio chi stimola le proprie funzioni intellettive ed esercita le proprie capacità espressive;
- *Sanitari*: l'incremento di persone anziane e longeve implica aumentati rischi di disabilità, fisica e psichica; la lotta alla non-autosufficienza è diventata un impegno particolarmente attivo ed efficace in molti settori specialistici, sociali e culturali;
- *Personologici*: sensibilità, apertura, fiducia, flessibilità favoriscono un invecchiamento positivo;
- *Familiari*: essere soli, in coppia o in un gruppo più numeroso influenza il modo di pensare e di vivere;
- *Di esperienze ed eventi di vita*: pensionamento, sradicamento dall'ambiente, condizioni di malattia (propria o di un familiare), lutti, tracollo finanziario, allontanamento dei figli, atti di violenza subiti possono connotare negativamente l'invecchiamento;
- *Ambientali*: si modifica la convivenza sociale in ordine alla struttura culturale e urbanistica, rurale o metropolitana, delle periferie o dei centri cittadini, alle trasformazioni demografiche e abitative;
- *Motivazionali e creativi*: la voglia di vivere fa vivere, il coltivare e attivare progetti aiuta a stare meglio, l'essere creativi dispone all'innovazione, alla ricerca e consente, anche per i meno fortunati, di contenere o superare determinate difficoltà, talora avvalendosi delle qualità umoristiche del pensiero.

Il mondo dei vecchi è da scoprire in termini di esperienze, di narrazioni, di biografie (Bruner, 1999; Cesa-Bianchi, 2012). Ogni anziano ha una storia da raccontare, unica, originale, aldilà delle vicende che hanno caratterizzato una determinata epoca, dei fenomeni socio-culturali, dei costumi, dei drammi o dei conflitti che hanno investito una o più generazioni, non ultima come rilevanza la pandemia di coronavirus che ha falciato un elevato numero di persone in età avanzata. Vi sono anziani attivi, creativi, propositivi, protagonisti delle loro scelte e della loro vita ed altri che sono in difficoltà per le precarie condizioni di salute e di autonomia, fisica e mentale. È quanto è stato definito come 'dicotomia esistenziale' dell'età senile, senza dimenticare le varie possibili forme intermedie. Ogni vecchio è una storia e un mondo a sé, da comprendere e da non dimenticare.

3. Creatività

Verso la fine degli anni '50, la creatività è stata analizzata dalla psicologia e per molto tempo ritenuta una prerogativa dell'infanzia e dell'adolescenza, oppure di persone dotate di una qualche genialità, conservata e attivata nelle età successive, compresa quella senile, soltanto da grandi personaggi nel campo dell'arte, della scienza, della cultura. Successivamente è stata considerata come capacità presente in ogni persona, finalizzata a realizzare se stessi, a completare la propria storia biografica (Cesa-Bianchi, 1998, 2002). In particolare, negli ultimi tempi il tema della creatività ha assunto una particolare rilevanza, stimolando osservazioni, studi e rilevazioni e coinvolgendo pure l'umorismo quale dimensione che può esercitare una certa funzione all'interno della personalità dell'individuo, compresi gli anziani (Cesa-Bianchi et al., 2020). La psicologia ha mostrato che il riuscire a essere creativi, a

esprimere le proprie potenzialità - anche in chiave ludica e umoristica - faciliti l'esistenza non soltanto dei bambini, come è da tempo noto, ma anche degli adulti e in particolare degli anziani, consentendo ad essi di proseguire e realizzarsi (Cesa-Bianchi & Antonietti, 2003). Le capacità immaginative e creative sono presenti in tutte le persone, di ogni condizione ed età. Esistono indubbiamente i talenti artistici le cui doti spesso si intravedono già in età scolastica. L'abilità del tratto, la sfumatura poetica, la sensibilità al suono, l'originalità della sintesi affiorano talvolta precocemente nelle espressioni dell'artista nascente che attraverso l'esercizio svilupperà e affinerà le sue composizioni. Ma le capacità creative rappresentano l'essenza di una persona (Sternberg, 1999). Essere creativi significa essere propositivi, predisposti alla ricerca ed all'interpretazione originale dell'esperienza e dei suoi sviluppi. La creatività rappresenta la più elevata capacità espressiva dell'essere umano - ne sono testimoni le tante opere artistiche di inestimabile valore - e trae origine e ispirazione dalle matrici affettive ed esperienziali. La storia personale è espressione e testimonianza di un processo creativo, di un'arte narrativa della vita.

4. Umorismo

L'umorismo consente di smussare le asperità, di realizzare un rapporto più funzionale con la realtà, di stemperare le tensioni e sgravare taluni compiti. Costituisce spesso una presenza gradevole nella nostra esistenza. Come e quando compare l'umorismo? Quali correlazioni ha con la risata? Indicazioni interessanti vengono dalle ipotesi avanzate da Albert Rapp (1949) in una prospettiva storica. Lo scontro fisico, il duello, nel processo di civilizzazione è stato progressivamente sostituito da forme di conflitto meno cruento, come l'invettiva verbale. Un passaggio successivo evidenzia la ritualizzazione simbolizzata dello scontro, quale duello di capacità mentali e verbali. L'indovinello rappresenta il genere prototipico di questo duello. In una prima fase assume il carattere dell'enigma per acquisire poi le caratteristiche della battuta di spirito. Ed entra in scena la risata, un premio per chi manifesta più abilità, non tanto come la scarica vocalizzata dopo la tensione della lotta, ma come la sua riproduzione rievocativa.

Nell'umorismo vi sono spesso associati elementi ludici. Si ricordano ad esempio taluni "giochi di parole". "A playful frame of mind" (McGhee, 1979) rappresenta una sorta di *cornice mentale* per lo sviluppo di un processo divertente e umoristico. Sia nell'umorismo che nel gioco sono presenti di frequente spunti creativi. Il meta-messaggio è essenziale per la decodifica dello stimolo. "Ti racconto una barzelletta" corrisponde a un preciso invito "giocosamente" a sintonizzarsi sul registro umoristico. Indubbiamente umorismo e gioco, unitamente alla creatività, rappresentano esperienze particolarmente positive nel facilitare una visione differente di una situazione o di un fenomeno e lo sviluppo di un pensiero più evoluto.

5. Le dimensioni dell'umorismo

L'umorismo è un processo che tende a coinvolgere, in vario modo, le diverse dimensioni della psicologia: cognitive, dinamiche, comunicative e relazionali. La *dimensione cognitiva* rappresenta la componente strutturante, necessaria, pur se non sufficiente, per costruire e realizzare un'esperienza di umorismo. I due fattori principali che entrano in gioco sono la *percezione di incongruità* e la sua *risoluzione*. Non sempre una breve storia che si presenta come barzelletta risulta automaticamente divertente. È essenziale per esempio che si realizzi un'adeguata *padronanza cognitiva* e si verifichino tre condizioni: il possesso delle informazioni necessarie, la percezione dell'incongruità e l'individuazione del criterio che risolve l'incongruità. E ciò che risulta determinante per ottenere l'effetto umoristico è proprio la permanenza di una percezione di incongruità (Wu & Chen, 2019).

La *dimensione dinamica*, quale generatrice di energia, può essere considerata - in termini di bisogno, motivazione, emotività - quale fonte di piacere umoristico. Le pulsioni sessuali ed aggressive sono state spesso ritenute elementi dinamici di ilarità. Freud (1905) ha evidenziato che l'espressione di tali tendenze profonde può indurre un vivace divertimento - socialmente e moralmente accettato - se proposta in una cornice umoristica. Considerazioni simili valgono per ogni possibile aspetto che produca una forma di piacere. L'ansia comporta malessere; riuscire a parlare in modo leggero di argomenti che potrebbero suscitare tende a favorire esperienze di sollievo, di ridimensionamento. Sentirsi superiore, più intelligente, più forte di altri ugualmente è un'esperienza gratificante: ridere delle sfortune altrui comporta un senso di "gloria improvvisa" (*sudden glory*). È l'integrazione fra le componenti cognitiva e dinamica che da un lato produce piacere e dall'altro lo qualifica come umoristico. Relativamente ai contenuti definiti da Freud (1905) *tendenziosi*, è necessario che non si producano reazioni emotive quali imbarazzo, pietà, ansia, disgusto, ecc. È pertanto richiesta una *padronanza emotiva*, quale condizione essenziale. Un contenuto forte ha generalmente due possibili tendenze opposte: di freno se le risposte emotive interferiscono negativamente, di acceleratore del divertimento se vi è padronanza emotiva. Fondamentalmente due elementi entrano in gioco: il valore cognitivo (descrivibile in termini di tecniche, arguzia, creatività) e la quantità di contenuto tendenzioso. In generale, più è elevato il primo e maggiore è la misura del secondo che può in tal modo diventare accettabile e apprezzabile. Maggiore appare la sfida cognitiva e più facilitata risulta la risposta emotiva.

Si ride di più in compagnia. È una constatazione, già presente in uno studio pionieristico di von Fieandt (1960) in cui si riportava che la diversa distanza fisica fra persone, mentre leggevano battute di spirito, aumentava o diminuiva il divertimento. La *dimensione comunicativa e relazionale* influenza l'esperienza umoristica. Raccontare una barzelletta con determinati contenuti a una persona che non è incline all'ascolto, o ha uno specifico problema, o anche solo una sensibilità diversa, può significare produrre non divertimento, ma disagio. Una barzelletta può imbarazzare, offendere e ferire. Valorizzare le funzioni positive dell'umorismo, evitando gli "effetti boomerang", significa esercitare una *padronanza relazionale*. In altro modo significa sapere che cosa, quando, dove, come e a chi raccontare determinate battute. La battuta "Quanti psicoterapeuti occorrono per cambiare una lampadina? Uno, ma soltanto se la lampadina vuole cambiare veramente" è una sorta di autoironia tra psicologi che può risultare più o meno gradita. Nella relazione amicale la soglia dell'intolleranza generalmente è più elevata. Fra amici si accettano scherzi e battute che altre persone potrebbero non gradire.

La padronanza relazionale ha solitamente una valenza positiva, ma non solo e sempre. Vi possono essere contesti e situazioni in cui non si persegue un esito benevolo. Una buona battuta può essere decisamente cattiva (Forabosco, 2005). La padronanza relazionale rappresenta sia un presupposto che un prodotto dell'umorismo che viene a costituire uno strumento e una risorsa per la gestione di conflitti, per favorire contrattazioni, per migliorare il clima aziendale; può, validamente, essere oggetto di specifica formazione (Andreone & Cerritelli 2012). La padronanza relazionale si aggiunge e si integra con quella cognitiva e con quella dinamica. Congiuntamente possono rivelarsi decisive per favorire un risultato positivo. Nell'insorgenza e nello sviluppo dell'umorismo risultano determinanti, oltre alla padronanza relazionale, gli aspetti comunicativi, verbali e non-verbali che implicano da un lato l'abilità del racconto e dall'altro la sua comprensione. Diceva Michel de Montaigne: "La parola è per metà di chi ascolta e per metà di chi parla". Se la battuta non viene compresa, oppure non apprezzata o rigettata, non soltanto non si ha divertimento, ma può verificarsi imbarazzo e disagio. "Era solo una battuta!" o "Ma io scherzavo!" (Tunesi, 2012) sono precisazioni riparatorie che cercano di porre rimedio al fallimento dell'intento umoristico. Per questo si utilizzano indicazioni meta-comunicative, come "È successa una cosa divertente...", al fine di favorire e predisporre un atteggiamento consono a quanto preannunciato. La finalità comunicativa di una battuta può essere quella del puro e semplice divertimento, del promuovere e vivere un momento di allegria oppure avere altri obiettivi, più o meno consapevoli. Nell'ambito dell'umorismo le dimensioni cognitiva, dinamica (emotiva), comunicativa e relazionale, in termini di reciproca padronanza, interagiscono sinergicamente e possono realizzare un'autentica esperienza divertente.

6. Il settimo senso

Il senso dell'umorismo è solitamente inteso con una valenza globale e unitaria. Appare come la risultante di componenti ed è stato concettualizzato come un tratto di personalità (Ruch, 1998). Pertanto, in misura maggiore o minore, il *settimo senso* è potenzialmente presente in ogni essere umano (Forabosco 1994, 2012). Sono state in particolare individuate quattro componenti principali che possono essere intese sia in termini di abilità che di sensibilità (Cesa-Bianchi et al., 2013):

- *Reazione* o *reattività*: competenza nel rispondere adeguatamente agli stimoli umoristici; implica l'essere in grado di identificare, capire e apprezzare l'umorismo. Preferenze e gusti sono fattori particolarmente correlati a questa componente;
- *Espressione*: concerne la comunicazione del divertimento tramite il sorriso, il riso o i commenti verbali (la risata, per esempio, non è inibita e neppure sproporzionata o fuori luogo);
- *Produzione*: capacità di elaborare materiale umoristico in modo efficace e innovativo. È legata in particolare alla componente fluida della creatività;
- *Condivisione*: si riferisce prevalentemente all'aspetto comunicativo e relazionale, alla tendenza a partecipare con altri all'esperienza umoristica, nel ruolo più consono (emittente o destinatario).

Vi sono persone con un senso dell'umorismo ideale nel quale le diverse componenti si articolano e si integrano in modo ottimale? Certamente esistono individui particolarmente creativi, ma scevri da competenze umoristiche ed altri versatili come riproduttori di divertimento e meno avvezzi allo sviluppo di specifiche qualità creative. Le quattro componenti schematicamente proposte evidenziano la possibilità di un'interazione complessa e differenziata. Derks e colleghi (1998) hanno introdotto il concetto di *competenza esperta* in particolare per evidenziare una maggiore capacità nel capire, interpretare e apprezzare il materiale umoristico, una specie di *talento* che si può esprimere in modo variabile.

7. Salute e benessere in vecchiaia fra creatività e umorismo

Negli ultimi anni sono emerse varie indicazioni sulla creatività e sull'umorismo intesi quali fattore di salute e benessere (Lefcourt & Martin, 1986; Fry, 1994; Martin, 2001; McGhee, 2010; Gremigni, 2012; Cesa-Bianchi et al., 2013; Monahan, 2015; Cristini et al., 2017; Cera, Cristini & Antonietti, 2018). Numerosi personaggi dell'arte, della scienza e della cultura hanno creativamente continuato in longevità a perfezionare il loro stile, non raramente anche in chiave umoristica (Cesa-Bianchi, 2016; Cristini & Cesa-Bianchi, 2019). L'umorismo non è stato approfonditamente studiato, soprattutto in rapporto al suo senso e apprezzamento. Purtroppo molte ricerche hanno utilizzato terminologie e misurazioni differenti, impedendo il confronto fra i risultati (Ruch & Heintz, 2019). In che modo creatività e umorismo influenzano il benessere? L'una e l'altro sembrano comportare un temporaneo distanziamento dalla realtà, permettendo di assumere una prospettiva diversa, non consueta.

Secondo Martin e colleghi (2003) si possono mettere in luce quattro "stili umoristici":

- *Affiliativo*: si cerca di divertirsi e di far divertire in chiave socializzante;
- *Autorinforzativo*: stimola la capacità, tramite il divertimento, di far fronte ai conflitti e agli eventi negativi, rinforzando le proprie difese;
- *Aggressivo*: tende a deridere gli altri, ad utilizzare il sarcasmo;
- *Autosvalutativo*: espone al riso altrui attraverso l'esplicita rivelazione dei propri difetti e manchevolezze.

L'umorismo affiliativo si esprime generalmente in termini positivi, anche se ulteriori aspetti sono da considerare. In alcune ricerche (Pietrantonio & Dionigi, 2006; Zambelli et al., 2019) si è rilevato che lo stile umoristico aggressivo viene utilizzato maggiormente dagli uomini rispetto alle donne e dagli over 75 rispetto agli under 75.

Cicerone nel *Cato Maior de Senectute* parla dello spirito creativo di Sofocle e di quello dei vecchi agricoltori della Sabina, della loro capacità di imparare cose nuove e del loro gusto estetico nel piantare alberi che saranno utili alle generazioni successive. Non vi è un limite di età per esprimere le potenzialità creative e artistiche. In età senile la dimensione creativa può influenzare la qualità del processo di invecchiamento. Le capacità creative esprimono la personalità e l'identità di ogni individuo e tendono a manifestarsi nelle varie situazioni che l'essere umano incontra nel corso della vita. Nella vecchiaia possono aiutare le persone a non smarrirsi nel vuoto esistenziale, a stimolare le funzioni cognitive, in declino o conservate. Il processo creativo può favorire la ripresa di attività e risorse, dare più senso ad una fase della vita spesso trascurata dal mondo attuale.

Molti grandi artisti negli ultimi anni della loro vita hanno dovuto confrontarsi con la malattia, la disabilità, le limitazioni sensoriali, articolari e motorie. Lo spirito creativo e umoristico ha consentito a molti il superamento, la riduzione o il contenimento di difficoltà e problemi di salute. Riportiamo alcuni esempi (Antonini & Magnolfi, 1991; Paolucci, 2000; Cristini, Cesa-Bianchi & Cesa-Bianchi, 2014; Cristini & Cesa-Bianchi, 2019; Cesa-Bianchi, Cristini & Cesa-Bianchi, 2019). Donatello, affetto da una forma di parkinsonismo, riesce a concludere l'ultimo suo capolavoro: i pannelli bronzei del pulpito della Chiesa di San Lorenzo a Firenze che raffigurano la passione e la resurrezione del Cristo in modo completamente innovativo. Michelangelo, pur ritenendosi "vecchio, cieco, sordo e mal d'accordo con le mani e con la persona", a 89 anni realizza l'ultima sua straordinaria opera: la Pietà Rondinini, modificando pochi giorni prima di morire il rapporto fra la madre e il figlio.

Tiziano, Goya e Monet hanno sofferto in vecchiaia di seri problemi alla vista, quasi di cecità, ma hanno continuato a produrre autentici capolavori. Scrive Platone nel *Simposio*: "Gli occhi dello spirito non cominciano a essere penetranti che quando quelli del corpo cominciano ad affievolirsi". Anche la ultranovantenne coreografa cubana Alicia Alonso ha perseverato, malgrado la grave ipovisione, nella sua attività artistica. Henri Matisse a 82 anni realizza, dopo una lunga convalescenza, la sua ultima opera: la vetrofania della Cappella di Vence nei pressi di Nizza che definisce il suo capolavoro assoluto. Pablo Picasso a 85 anni, in seguito ad una malattia, interrompe per due anni la sua attività artistica, manifestando poi un'incessante vitalità creativa fino al termine della sua vita, a 91 anni. Anna Maria Robertson, nota come Grandma Moses, ha incominciato a dipingere dopo i 75 anni, quando una forma di artrite le ha impedito di usare l'ago da ricamo; potendo utilizzare un pennello, nel giro di pochi anni è diventata una famosa pittrice 'naïf', continuando a realizzare quadri fino al termine della sua lunga esistenza, oltre i 101 anni. Dorothea Tanning, pluri-artista, in età senile smette di dipingere, dopo essere rimasta vedova; riprende successivamente, in modo diverso, la sua vena artistica diventando la scrittrice più longeva, con *Come to that* composto a 101 anni, pochi mesi prima di morire. Georgia O'Keeffe, pittrice statunitense, ha ottenuto importanti riconoscimenti e onorificenze. Un suo dipinto ha finora ottenuto la massima stima economica per un'artista femminile. Malgrado seri problemi alla vista ha continuato a esercitarsi nella sua attività artistica fino al termine della sua vita, a 98 anni.

Le capacità creative e umoristiche non si esauriscono con il passare degli anni, malgrado a volte problemi di salute. Numerosi artisti hanno testimoniato che è possibile in longevità continuare ad essere creativi, a cercare ed a esprimere se stessi, attraverso le proprie ultime opere, a volte le migliori della loro produzione (Cesa-Bianchi et al., 2020). Affermava il violoncellista novantatreenne Pablo Casals: "Quando si continua a lavorare e si resta sensibili alla bellezza del mondo che ci circonda, si scopre che la vecchiaia non significa necessariamente invecchiare, o perlomeno, non l'invecchiare nel senso comune. Oggi sento, più intensamente di prima, molte cose e la vita mi affascina sempre di più".

Gli studi sul processo di invecchiamento hanno permesso di evidenziare in molti anziani l'espressione di una forma di creatività innovativa che tramite anche l'ironia e l'auto-ironia consente uno sguardo più sereno sulla propria vita e su di sé. E non sono mancate testimonianze di alcuni noti personaggi che si ricordano per il loro humour, per la loro creatività umoristica anche negli istanti ultimi della loro esistenza (Cristini et al., 2011; Cesa-Bianchi, Porro & Cristini, 2012; Cesa-Bianchi et al., 2013).

Afferma Ludwig Wittgenstein nei *Pensieri diversi*: “L’umorismo non è una disposizione dell’animo, ma una visione del mondo”. Una battuta ironica, la scena di una commedia o di un film comico, un’osservazione spiritosa divertono, inducono un’esperienza piacevole, possono modificare in termini positivi le prospettive di una situazione o di quanto si è vissuto. Un esempio di umorismo creativo è rappresentato dalla clownterapia (Dionigi & Gremigni, 2014), applicata negli anni Settanta in strutture di ricovero da un medico statunitense, Hunter Doherty Adams (noto come Patch Adams), sebbene una sorta di ‘clownterapia’ *ante litteram* venisse esercitata da Angelo Paoli (1642-1720), un prete carmelitano conosciuto come ‘Padre dei poveri’ (beatificato nel 2010) che si mascherava da pagliaccio per far sorridere i malati. Patch Adams ha cominciato a travestirsi da clown e praticare la cura del sorriso con i bambini, nei reparti di pediatria per estenderla successivamente anche agli anziani, nelle case di riposo. Già Freud (1927) parlando dell’umorismo ne sottolineava la funzione catartica, lenitiva, potenzialmente capace di prevalere sulle difficoltà e avversità della vita. Il pensiero che sa esprimere in chiave umoristica - o che sa cogliere gli aspetti umoristici - determinati eventi e situazioni richiama le qualità creative del pensiero. L’umorismo creativo è una sorta di meta-pensiero che riflette la più elevata capacità espressiva dell’essere umano e consente di sviluppare concetti e processi mentali, di aprire nuovi spazi alla curiosità, alla conoscenza, alla comunicazione.

Ogni vecchio - anche chi è meno fortunato - è potenzialmente in grado di esprimere le sue capacità creative ed umoristiche, sia pure in misura differente (Zambelli et al., 2019). Sempre attuale risulta l’espressione di Maurice Chevalier: “La vecchiaia ha certamente i suoi guai, ma se si pensa all’alternativa...”. Creatività e umorismo aiutano a ridimensionare, a revisionare alcune situazioni ed a rinnovare, riposizionare determinate concezioni di sé, degli altri, della vita, indipendentemente dall’età. Emblematici appaiono i pensieri di Vasilij Kandinskij (“Ogni opera d’arte ha origine nello stesso modo in cui ebbe origine il cosmo: attraverso catastrofi che dal caotico fragore degli strumenti formano infine una sinfonia la quale ha nome armonia delle sfere. La creazione di un’opera d’arte è la creazione di un mondo”), di Hermann Hess ne *Il lupo della steppa* (“Vivere nel mondo come non fosse il mondo, rispettare la legge e stare tuttavia al di sopra della legge, possedere come se non si possedesse, rinunciare, come se non fosse rinuncia: tutte queste esigenze di un’alta saggezza di vita si possono realizzare unicamente con l’umorismo”) e di Kahlil Gibran in *Sabbia e spuma* (“Senso dell’umorismo vuol dire senso della proporzione”).

Bibliografia

- Addarii, F., Gabrielloni, G., Lippi, A., Turchi, F., Forabosco, G. & Vagnoli, L. (2020). La creazione di umorismo in bambini di età scolare: differenze di genere ed età. *RISU*, 3-2, 54-72.
- Andreone, M. & Cerritelli, R. (2012). *Una risata vi promuoverà*. Rizzoli Etas, Milano.
- Antonini, F.M., & Magnolfi, S. (1991). *L'età dei capolavori*. Marsilio Editori, Venezia.
- Bruner J.S. (1999). Narratives of aging. *Journal of Aging Studies*, 13 (1): 7-9. DOI: 10.1016/S0890-4065(99)80002-4
- Cera, R., Cristini, C., & Antonietti, A. (2018). Conceptions of learning, well-being, and creativity in older adults, *Journal of Educational, Cultural and Psychological Studies*, 18, 241-273. DOI: 10.7358/ecps-2018-018-cera
- Cesa-Bianchi, G., Porro, A., & Cristini, C. (2012). Processo creativo e longevità. *Giornale di Gerontologia*, 40 (1), 3-7.
- Cesa-Bianchi, M. (1998). *Giovani per sempre? L'arte di invecchiare*. Laterza, Roma.
- Cesa-Bianchi, M. (2000). *Psicologia dell'invecchiamento*. Carocci, Roma.
- Cesa-Bianchi, M. (2002). Comunicazione, creatività, invecchiamento. *Ricerche di Psicologia*, 25 (3), 175-188.
- Cesa-Bianchi, M., & Antonietti, A. (2003). *Creatività nella vita e nella scuola*. Mondadori Università, Milano.
- Cesa-Bianchi, M., & Cristini, C. (2009). *Vecchio sarà lei! Muoversi, pensare, comunicare*. Guida, Napoli.
- Cesa-Bianchi, M., (2012), *Il vissuto di un'autobiografia*. In E. Mancino (a cura di), *Sempre in anticipo sul mio futuro. Auto-biografia di Marcello Cesa-Bianchi* (pp. 17-122). Napoli, Guida.
- Cesa-Bianchi, M., Forabosco, G., Cristini, C., Cesa-Bianchi, G., & Porro, A. (2013). *Umore, creatività e invecchiamento*. Aracne, Roma.
- Cesa-Bianchi, M., & Cristini, C. (2014). *Come invecchiare. Dalla psicologia generale alla psicogerontologia*. Aracne, Roma.
- Cesa-Bianchi, M. (2016). *Creatività e umorismo nell'invecchiamento*. In SIPI (Società Italiana di Psicologia dell'Invecchiamento), *10 anni di SIPI: bilancio e prospettive*, (p. 8). SIPI, Padova.
- Cesa-Bianchi, M., Cristini, C., & Cesa-Bianchi, G. (2019). Creatività e umorismo nel processo di invecchiamento. *Rivista Italiana di Ipnosi e Psicoterapia Ipnocica*, 39 (2), 24-41.
- Cesa-Bianchi, M., Cristini, C., Cesa-Bianchi, G., & Cristini, L. (2020). L'invecchiamento fra creatività e umorismo. In R. Tomassoni (Ed). *Creatività, Risorse Umane, Formazione. Nuove prospettive integrate*, (pp. 141-168). Istituto Teseo Alta Formazione e Ricerca. San Cipriano Picentino (SA).
- Cipolli, C., & Cristini, C. (eds) (2012). La psicologia e la psicopatologia dell'invecchiamento e dell'età senile: un contributo alla ridefinizione dell'arco di vita. Numero monografico dedicato a Marcello Cesa-Bianchi, *Ricerche di Psicologia*, 2-3.
- Cristini, C., Cesa-Bianchi, M., Cesa-Bianchi, G., & Porro A. (2011). *L'ultima creatività. Luci nella vecchiaia*. Springer, Milano.
- Cristini, C., Cesa-Bianchi, G., & Cesa-Bianchi, M. (2014). Il "pensiero-anziano": verso l'ultima creatività. *Ricerche di Psicologia*, 37 (4), 521-544. DOI: 10.3280/RIP2014-004001
- Cristini, C., Nannini, F., Cesa-Bianchi, G., Bologna, E., Riva, E., Cesa-Bianchi, M., & Antonietti, A. (2017). Creativity and well-being in older adults: A correlational study, *European Geriatric Medicine*, 8, suppl. 1, S198.
- Cristini, C., & Porro, A. (2017). Per un'ergobiografia di Marcello Cesa-Bianchi. *Ricerche di Psicologia*, 40 (4), 443-528. DOI 10.3280/RIP2017-004-004.
- Cristini, C., & Cesa-Bianchi, M. (2019). Culture, creativity and quality of life in old age. In A. Bianco, P. Conigliaro & M. Gnaldi (Eds.), *Italian Studies on Quality of life* (pp. 243-253). Springer, Cham. DOI: 101007/978-3-030-06022-0.
- De Beni R., Borella E. (eds) (2015). *Psicologia dell'invecchiamento e della longevità*. Il Mulino, Bologna.
- De Nova, A., & Orio, S. (1970). Aggressività, umorismo, e pensiero creativo in pre-adolescenti plus-dotati. *Annali di Psicologia*, 3 (1), 25-44.

- Derks, P., Staley, R., & Haselton, M. (1998). "Sense" of humor: Perception, intelligence, or expertise?. In W. Ruch (Ed), *The sense of humor. Explorations of a personality characteristic* (pp. 143-158). Mouton DeGruyter, Berlin-New York.
- Dionigi, A., & Gremigni, P. (Eds.) (2014). *La clownterapia*. Carocci, Roma.
- Forabosco, G. (1994). *Il settimo senso. Psicologia del senso dell'umorismo*. Muzzio, Padova.
- Forabosco, G. (2005). Se sono cattive sono buone. *Kos*, 235, pp. 44-48.
- Forabosco, G., Dore, M., Ruch, W., & Proyer, R. (2009). Psicopatologia della paura di essere deriso: Un'indagine sulla gelotofobia in Italia. *Giornale di Psicologia*, 3 (2), 183-190.
- Forabosco, G. (2012). *Il settimo senso. Psicologia del senso dell'umorismo*, Le Orme, Roma.
- Freud, S. (1905). *Il motto di spirito e la sua relazione con l'inconscio*. In *Opere*, vol. 5. Boringhieri, Torino, 1972.
- Freud, S. (1927). *L'umorismo*. In *Opere*, vol. 10. Boringhieri, Torino, 1978.
- Fry, W. jr. (1994). The biology of humor, *Humor: International Journal of Humor Research*, 7 (2), 111-126. DOI: 10.12691/education-4-17-1.
- Gremigni, P. (ed.) (2012). *Humor and health promotion*. Nova Biomedical Books, Hauppauge, NY.
- Hillman, J. (1999). *The force of character and the lasting life*, tr. it. *La forza del carattere*. Adelphi, Milano, 2000.
- Lefcourt, H. M., & Martin, R. A. (1986). *Humour and life stress: Antidote to adversity*. Springer-Verlag, New York.
- Martin, R. A. (2001). Humor, laughter, and physical health: Methodological issues and research findings. *Psychological Bulletin*, 127 (4), 504-519. DOI: 10.1037/0033-2909.127.4.504
- Martin, R. A., Puhlik-Doris, P., Larsen, G., Gray, J., & Weir, K. (2003). Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being, *Journal of Research in Personality*, 37 (1), 48-75. DOI: 10.1016/S0092-6566(02)00534-2
- McGhee P. E. (1979). *Humor, its origin and development*. Freeman and C., San Francisco.
- McGhee P. E. (2010). *Humor. The lighter path to resilience and health*. AuthorHouse, Bloomington.
- Monahan, K. (2015). The use of humor with older adults aging in place. *Social Work in Mental Health*, 13 (1), 61-69. DOI: 10.1080/15332985.2014.918922
- Paolucci, A. (2000). La creatività artistica nella terza età. In: *Il sapere nella terza età* (21-30). Editore Università Primo Levi, Bologna.
- Pietrantonio L., & Dionigi A. (2006). Quando ridere fa male: la relazione tra eventi di vita, stili umoristici e disagio psicologico. *Psicoterapia Cognitiva e Comportamentale*, 12 (3), 301-316.
- Rapp, A. (1949). A phylogenetic theory of wit and humor. *Journal of Social Psychology*, 30, 81-96. DOI:10.1080/00224545.1949.9714195
- Ruch, W. (ed.) (1998). *The Sense of humor. Explorations of a personality characteristic*. Mouton de Gruyter, Berlin-New York.
- Ruch, W., & Heintz, S. (2019). Humor production and creativity: Overview and recommendations. In S.R. Luria, J. Baer, & J.C. Kaufman (eds.), *Creativity and humor* (pp. 1-42). London, UK: Academic Press. DOI: 10.1016/B978-0-12-813802-1.00001-6
- Sternberg, R. J. (1999). *Handbook of creativity*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Tunesi, L. (2012). *Stavo scherzando. La comicità e l'umorismo nelle relazioni sociali*. Aracne, Roma.
- Treadwell, Y. (1970). Humor and creativity. *Psychological Reports*, 26 (1), 55-58. DOI: 10.2466/pr0.1970.26.1.55
- Von Fieandt, K. (1960). Suonem kansan luonne. *Oma maa*, WSOY, Helsinki.
- Wu, C.-L., & Chen, H.-C. (2019). The influence of creativity on incongruity-resolution and nonsense humor comprehension. *Creativity Research Journal*, 31, 110-118. DOI: 10.1080/10400419.2019.1577675
- Zambelli, A., Antonietti, A., Bologna, E., Montanari, I., & Cristini, C. (2019). *Creatività e umorismo nell'invecchiamento: contributo sperimentale in un gruppo di anziani residenti in RSA*. In SIPI (Società Italiana di Psicologia dell'Invecchiamento), *XII Convegno Nazionale di Psicologia dell'Invecchiamento*, Pescara, 31 maggio-1 giugno 2019, 29.

Biografie

Carlo Cristini

Medico psichiatra, psicoterapeuta, docente di Psicologia Generale presso l'Università degli Studi di Brescia, è autore di numerose pubblicazioni in vari ambiti della psicologia, in particolare sui temi della psicologia-psicopatologia dell'invecchiamento e dell'età senile.

Giovannantonio Forabosco

Psicologo e psicoterapeuta. Dirige il Centro di Ricerca sull'Umore (CRU). Associato all'International Society for Humor Studies. Book Review Editor di RISU. Ha pubblicato diversi articoli e saggi sull'umorismo, tra cui "Il settimo senso. Psicologia del senso dell'umorismo", Padova: Muzzio (1994; Roma: Orme, 2012).

Alessandro Antonietti

PhD, è professore di psicologia presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Si interessa di processi cognitivi, apprendimento e creatività, anche in relazione alle applicazioni di questi temi in ambito formativo e riabilitativo.