



## OBSTÁCULOS SOCIALES DE LA CREATIVIDAD

---

*María Esperanza Arenas Fuentes*

Universidad Nacional Autónoma de México

Este estudio abarca en forma resumida dos apartados: Uno, ¿Qué es lo que hace que la creatividad se constituya en objeto de análisis social? y dos ¿Cuales son los Obstáculos sociales de la creatividad?.

### **¿QUE ES LO QUE HACE DE LA CREATIVIDAD UN OBJETO NECESARIO DE ANALISIS SOCIAL?**

Si bien las diferencias individuales en cualquier acto o proceso cognitivo existen, -la creatividad, un complejo superior de ellos- algunas están determinadas socialmente y en este sentido es arriesgado ampararnos solo en las diferencias individuales para orientar un desarrollo creativo, meta prioritaria en nuestros sistemas sociales, por lo tanto se requiere del conocimiento de los aspectos sociales que inciden en ella, favoreciendo u obstaculizando este desarrollo.

Las civilizaciones, las instituciones sociales, las organizaciones y los grupos pequeños pueden ser considerados como creadores y esto no solo porque en ellos haya personas creativas, sino porque toda unidad social, tiene algo en el modo en cómo está organizada sin lo que ninguno de sus miembros hubiese podido llegar a ser creador.

La psicología es la disciplina que más ha estudiado el fenómeno de la creatividad. Se ha preocupado preferentemente de conocer el proceso, más que de los resultados de la creatividad. El centro de su interés han sido los procesos psicológicos internos, que terminan en el objeto creado partiendo del supuesto general de que una vez que el objeto ha visto la luz, el proceso creador ha terminado. Aunque si bien, dentro de ésta se ha admitido que determinados factores sociales pueden favorecer o retardar dicho proceso, no se les ha considerado estructuralmente parte del mismo. Al respecto las teorías sobre la creatividad, hayan sido desarrolladas por sociólogos, por historiadores, por psicólogos o por otros espe-

cialistas con diversas orientaciones interesados en las conquistas humanas, suelen ofrecer una explicación incompleta del proceso creador.

Muchos autores han sugerido que el objeto de la creación parece tener una "vida" independiente de su creador, en el sentido de que los mecanismos sociales por medio de los cuales se distribuye, o la cantidad y tipo de atención que se les preste parecen ser cosas generalmente ajenas a su control. Hay que decir, para evitar confusiones, que estos estudios se han limitado, en su mayoría a determinadas formas de creatividad, como la literatura o las bellas artes; sin establecer relaciones estructurales bajo otros parámetros. No obstante, cada día se ve más claro que los especialistas de las distintas ciencias sociales que han estudiado el problema de la creatividad, han estado hablando no de problemas diferentes sino de puntos de vista diferentes, esto está llevando cada vez más a una concepción genuinamente social del proceso creador. Así, por ejemplo Rogers ha definido el proceso creador como "la puesta en marcha de un nuevo producto de las relaciones sociales, fruto por un lado, de la singularidad del individuo y por otro, de los materiales, acontecimientos, personas o circunstancias que intervienen en su vida". La idea central de esta definición y que me interesa rescatar aquí, es la de interrelación entre las diferentes fases por las que pasa el objeto creativo hasta llegar a formar parte, en una palabra, de una cultura.

Así en síntesis asumimos que el proceso creador, en su aspecto social, es el proceso a través del cual se producen objetos creativos que luego se convierten en objetos culturales;

## **OBSTÁCULOS SOCIALES DE LA CREATIVIDAD**

De lo anterior se asume que el proceso de creación no se da aislado de un determinado contexto social y por ello histórico. Hecho por el cual la creatividad enfrenta múltiples obstáculos para llegar a constituirse como una posibilidad de conocer y transformar la realidad exterior e interior de cada ser humano, una posibilidad de inventar y realizar de manera precisa y bella, las horas, los años y los sueños.

A pesar de que la mayoría de los individuos poseen un potencial creador, las condiciones sociales impiden a menudo que éste se desarrolle adecuadamente. Con la anterior queda desmentida la visión romántica que supone que quien lo desee puede ser creativo y se asume a la creatividad como un problema afectado por múltiples determinantes. Dentro de estas, se hará mención particularmente de tres obstáculos que dificultan la inserción del individuo en el proceso creativo y por tanto su expresión creadora:

- A) La enajenación.
- B) La validación Social del producto creativo.
- C) La presión de los grupos sociales.

Hay que considerar, de entrada, que la existencia simultánea de estos obstáculos constituye una fuerte barrera para la creación y recreación de la realidad y del hombre mismo dentro de ella.

### **A) ENAJENACION:**

Para entender la influencia que la enajenación ejerce en el proceso creador, debe partirse del reconocimiento de que todo acto creativo implica una relación del hombre con su realidad para transformarla y apropiarse de ella por medio del trabajo. Sin embargo este proceso de realización humana se ve desvirtuado debido a la presencia de las relaciones de poder que provocan la Enajenación.

Estrictamente hablando, la enajenación implica un extrañamiento en el que el hombre no se experimenta a sí mismo como el factor activo en su captación del mundo, si no que el mundo (la naturaleza, su entorno, los demás y el mismo) permanece ajeno a él, está por encima y en contra suya como objetos. Así la enajenación es, especialmente, experimentar al mundo y a uno mismo pasiva y receptivamente como sujeto separado del objeto ya que no se es capaz de penetrar en la esencia del mismo.

De esta manera, se observa que el trabajo, es decir, el hacer, recibe la influencia de las relaciones sociales dominantes enajenando el potencial creador ya que como la señala Telma Barreiro (1984) “La Enajenación en el trabajo se manifiesta tanto con respecto al producto que le es arrebatado al trabajador, como con respecto al proceso de producción, porque el hombre no pone él en juego su capacidad creadora, no participa, no decide, si no que le es asignada e impuesta la función y las formas de hacer que su trabajo debe cumplir en la sociedad”.

Conviene aclarar que la enajenación es de hecho una situación más compleja que fortalece la verticalidad presente en la dinámica social y anula con cierta efectividad las formas de toma de conciencia (percibir críticamente) ante el entorno y ante la propia creatividad. De ahí que la creatividad comúnmente no se perciba en su esencialidad práctica e incluso sea más frecuente y común para el hombre la crítica descalificadora (destruir) que la creativa (el construir) generándose así una tensión casi permanente entre lo que está dado y lo que está dándose o queriéndose dar. Esto puede explicar -refiriéndome a la creación en el arte, por ser una área creadora de todos conocida- que en un mismo momento coexistan tanto formas establecidas de lo bello con predilección a los objetos que poseen esa belleza, como formas de búsqueda, que en su proceso de realización, conforman un hombre cuyos productos quieren ser una transformación de la naturaleza y de su sociedad.

En este sentido el verdadero creador realiza sus obras para sí y no como un encargo dominado por el lucro. El creativo auténtico contribuye a la denuncia de los problemas del hombre a través de una expresión de una realidad aquí y ahora con sus elementos y conflictos fundamentales dejando atrás la inmediatez de la individualidad cotidiana. De ahí que la no aceptación o no valoración de sus obras, pueda convertirse, para aquellos creadores un tanto “inmaduros”, en un grave obstáculo a su desarrollo.

Ahora bien, desde una perspectiva educativa puede decirse que la enajenación no se presenta únicamente en el trabajo y en la interacción estudiante-profesor; hay una serie de modalidades de la misma que influyen en este extrañamiento o alejamiento del ser humano-estudiante con respecto a su realidad (contenidos), tal es el caso de los medios masivos de información (libros de texto y materiales didácticos diversos) que se caracterizan por la difusión de mensajes frecuentemente enajenantes en el sentido ya descrito. Esto hace que al entrar en contacto con el medio de información (materiales didácticos, televisión, etc.) el ciudadano, estudiante, tome una actitud receptiva que frena el desarrollo de su capacidad de análisis alejándose casi irreversiblemente de la reflexión sobre lo que ocurre en la sociedad y sobre sí mismo; lo que ocurre, sobre todo, con los contenidos de la enseñanza que le son presentados en tanto que deja parte de su tiempo en un objeto (material didáctico) que lo mediatiza, anulando sus recursos creativos.

## **B) VALIDACIÓN SOCIAL Y EDUCATIVA DEL PRODUCTO CREATIVO:**

La validación Social y Educativa consiste en legitimar determinadas situaciones rechazando todas aquellas que salgan del criterio o norma de validez. Este criterio de aceptación confiere cierta validez a los productos de acuerdo con el contexto en que aparecen. Así, los productos que se adecúen más a la visión de la clase social o tradición educativa dominante serán los que se validen con más fuerza, mientras los originales e infrecuentes serán criticados, puestos en duda o rechazados.

Pero como tanto en las sociedades, como en los sistemas educativos existen las contradicciones y divergencias de las que emergen otra serie de productos a los cuales no se les otorga validez; aquellas manifestaciones que, por ser creativas van en contra de lo establecido, serán manifestaciones poco reconocidas, o en casos más graves, satanizadas por la resistencia social al cambio. Paradójicamente hay algo que se ignora: que sin ir en contra de lo convencional no hay avance, no hay creación; sin búsqueda y crítica constructiva no hay más que repetición de viejos esquemas, en ningún caso aprendizaje en su fin más alto; lo que, por otra parte puede ser bueno en principio, para quienes no lo han experimentado, pero negativo para una auténtica creatividad, en cuanto proceso y producto inseparables.

Relaciono este obstáculo con el anterior específicamente en lo que se refiere a los medios de divulgación de la información (libros de texto y otros medios didácticos) en tanto que estos medios fortalecen unas determinadas ideas ya preestablecidas con las que se juzgan los productos, y, con esto, se convierten en cómplices de la indiferencia hacia el proceso creador.

## **C) PRESION DE LOS GRUPOS SOCIALES:**

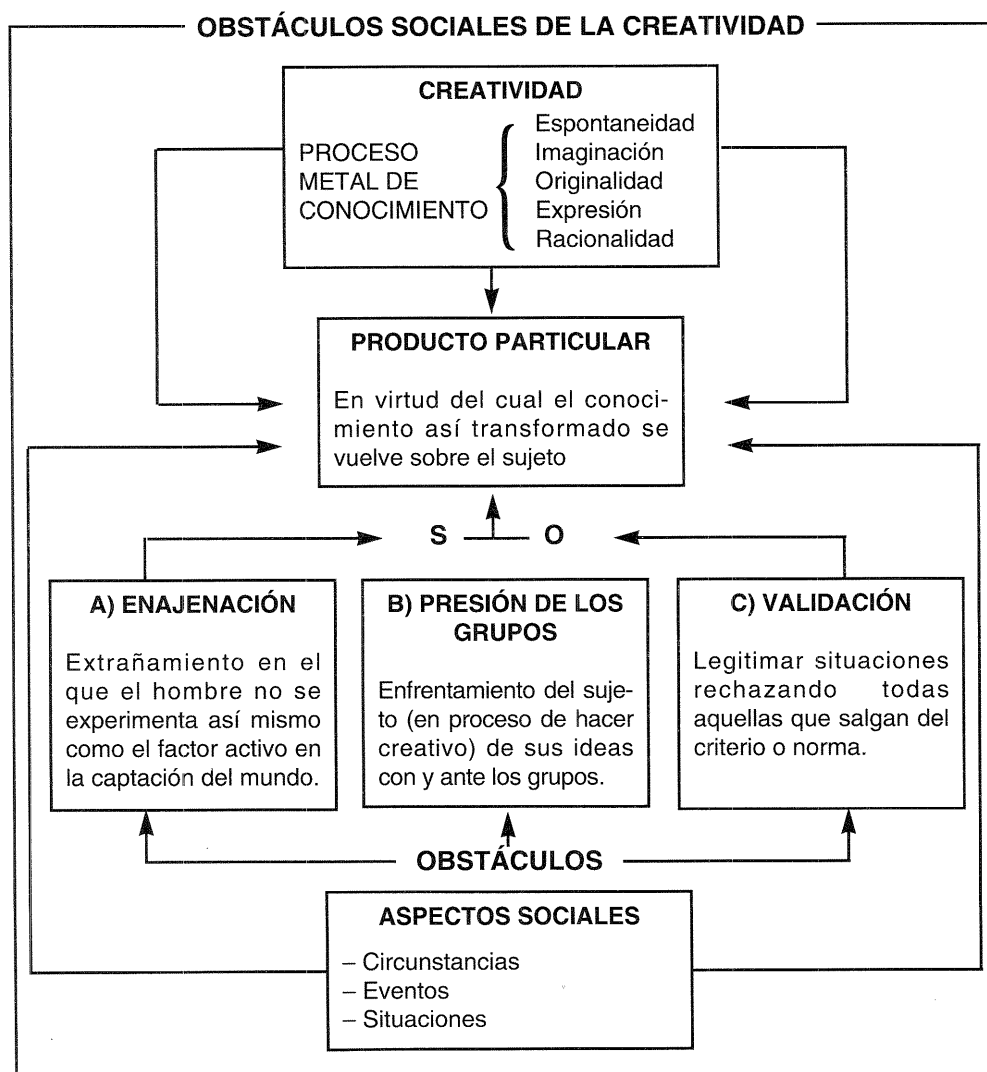
El tercer problema que puede trabajarse respecto a la influencia de la sociedad en la creatividad, hace referencia a la presión que ejercen los grupos sociales en las actividades de los sujetos que quieren ser creativos: en efecto, al estar validada una determinada manera de interpretar lo bello, o la naturaleza, el sujeto en proceso de hacerse creativo “para sí” enfrenta confusiones respecto a la validez de los productos que realiza y, o tiene, vemos aquí cómo el proceso se ve frenado ya que el sujeto debe enfrentar la realidad social y grupal en la familia, con las amistades, en su entorno laboral o educativo, las amistades, su grupo de pares, los profesores u otros grupos de estudiantes como éstos la perciben y quieren y no de un modo personal y original propio. Desarrollo brevemente esta influencia tomando el grupo educativo como ejemplo, pero que bien puede ser semejante con otros grupos sociales.

En los sistemas Educativos que tienen una estructura vertical, que reproduce lo social pero que genera, como en la sociedad, espacios de contradicción, el sujeto-estudiante se ve sometido a la disciplina autoritaria y en esa lógica de conformación obediente encuentra escasas probabilidades de desarrollar sus iniciativas y su potencial creativo. Los avances que el adolescente o el adulto alcanzan al respecto se presentan a menudo en una especie de clandestinaje, es decir, a ocultas de los otros miembros del grupo. En instituciones educativas con otras estructuras se producen mayores posibilidades de creación.

El asunto que vale la pena señalar a nivel de propuesta de nuevos trabajos, es, cómo facilitar un cambio operativo y eficaz de la Escuela verticalista a la horizontal, vale lo

mismo para otros grupos o sistemas sociales- en pro de un desarrollo creativo integro ¿cómo? si la sociedad también condiciona a la Escuela y esta es a su vez resultado de ciertas condiciones históricas particulares. Las diversas técnicas de desarrollo de la creatividad como la "sinectica", o el "brainstorming" o el "uso del pensamiento lateral", entendidas como técnicas participativas, para el desarrollo del pensamiento, es un vehículo para la transformación de actitudes autoritarias de imposición en actitudes más abiertas de escucha y de cooperación.

En el esquema presento una síntesis de la mutua interacción en la que se van conformando estos tres obstáculos.



## **BIBLIOGRAFIA**

Barreiro, Telma "La Educación y los mecanismos ocultos de la alineación"

Edal. Paidos Argentina 1987.

Machado, L.A. "El derecho a ser Inteligente"

Seix Barral. Barcelona 1979.

Marín R. y Torre S. "Manual de la creatividad" Vicens Vives 1991. Barcelona.