

Pràctiques lliures en un món privatiu: una anàlisi crítica dels processos creatius en les societats contemporànies¹

Free practices in a private world: A critical analysis of creative processes in contemporary societies

Albert Farré Cobos

Universitat Autònoma de Barcelona

albert.farre@uab.cat

Director: Joan Pujol Tarrés

Resumen

En el presente trabajo de investigación, se plantea el abordaje de la creatividad y de los procesos creativos como un ámbito de estudio relevante para la Psicología Social de corte sociológico. En este sentido, el principal objetivo del trabajo consiste en considerar la creatividad y los procesos creativos como fenómenos sociales. Evidenciando, por tanto, la necesidad de analizarlos considerando la relación que mantienen con el contexto social-cultural-histórico en el que se producen. Abriendo así, un nuevo escenario desde el que pensar la cuestión de la creatividad y de los procesos creativos en la actualidad.

En el seno de este nuevo escenario, las formas de circulación de conocimiento dominantes, basadas en una "ontología de lo creativo" individualizante, ya no son únicas y, hoy, su pertinencia y su legitimidad pueden ser replanteadas. En este sentido, también se pretende argumentar que distintas formas de circulación de conocimiento, conllevan, a su vez, implicaciones sociopolíticas distintas. Así, explicitarlas y colocarlas como una opción en términos de producción

Abstract

This work raises the study of creativity and creative processes as a relevant field for the sociological Social Psychology. In this way, the main goal of this work is to consider the creativity and the creative process as social processes. Considering therefore the need to analyse them in the social-cultural-historical context in which they occur, thus opening a new scenario to think about creativity and the creative process in the present time. In this new scenario, the dominant forms of knowledge circulation based on an individualizing "ontology of creative works" are no longer unique. And their pertinence and legitimacy can be reraised in the present time. In this way, this work also argues that different forms of knowledge circulation mean different socio-political implications. Thus, to specify and to consider them as a choice in terms of knowledge production, allows us to problematize them from

¹ Amb el suport del Comissionat per a Universitats i Recerca del Departament d'Innovació, Universitats i Empresa de la Generalitat de Catalunya

de conocimiento, nos permite problematizarlas desde el punto de vista del creador/productor y desde el punto de vista del proceso de creación. the standpoint of creator/producer and from the creative process' standpoint.

Palabras clave: Psicología Social; Creatividad; *Keywords: Social Psychology; Creativity; Creative* Procesos Creativos; Privatización del conocimiento; *Process; Knowledge Privatization; Free Knowledge* Conocimiento Libre

En els moments inicials d'aquest treball de recerca he utilitzat la metàfora de la trajectòria, del fer camí, per parlar del treball i de la lògica seguida per estructurar-lo. I he expressat la idea de que aquest treball vol ser, sobretot, una invitació. Una invitació a transitar parcialment per diferents àmbits amb un objectiu fonamental: construir un nou escenari des del què pensar, en aquest cas, des del què pensar la qüestió de la creativitat i dels processos creatius.

Durant aquesta síntesi del mateix, tractaré de reproduir breument aquest camí, destacant els plantejaments fonamentals dels que m'he servit per traçar-lo.

Per començar, doncs, ens hem de remetre al punt de partida. Per a iniciar aquest recorregut s'ha optat per una mirada en clau "macro", tractant de caracteritzar l'actual moment sociohistòric, en primer lloc, parlant de postmodernitat: com una forma de referir-nos a alguns dels canvis de tipus social i cultural que han tingut lloc o que estan tenint lloc en els últims anys.

Val a dir, però, que el què es proposa no és una lectura perioditzadora d'aquests canvis. Per tant, no es tracta de dir: fins aquí la modernitat, i a partir d'aquí la postmodernitat. Sinó que es tracta, més aviat, de considerar un moment epocal en el que, en alguna mesura, persisteixen els postulats moderns i, en alguna mesura, també s'abandonen i es desmitifiquen. Però el principal interès en la utilització d'aquesta noció té a veure amb la voluntat de problematització que mou el treball. En aquest sentit, instal·lar-nos en l'espectre discursiu de la postmodernitat respon, sobretot, a la voluntat de contribuir en alguna mesura a la seva problematització. Seguint, d'alguna manera, les pràctiques que ella mateixa inaugura en relació a les premisses i els mecanismes de poder i subjecció de la modernitat.

Per seguir fent camí, doncs, ens aferrem a una de les característiques que s'assenyalen quan es parla de postmodernitat: el desenvolupament i la proliferació de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (en endavant, TICs). Les implicacions d'aquesta revolució que suposen les TICs, apunten a àmbits i a processos d'allò més diversos. El gran nombre de publicacions que s'han generat al voltant d'aquesta temàtica, d'alguna manera, així ho evidencia. La nostra trajectòria, però, passa per una d'elles: i és que entre les implicacions associades a les TICs també hi podem trobar la inauguració d'un nou espai de producció i de negoci. Un espai que fa aparèixer fenòmens com la comunicació i la circulació d'informació o la producció col·lectiva de coneixement, com a àmbits d'interès per a l'economia. No només com a noves formes productives, sinó també com a productes. Un nou escenari, que també es caracteritza per la utilització de coneixement virtualitzat, separat, per tant, del seu suport material. I per la possibilitat d'emmagatzemar-lo, difondre'l i reproduir-lo.

En aquest context, doncs, el model fordista d'organització del treball, propi del capitalisme modern, es posa en crisi: el coneixement ja no és només una part constitutiva del procés industrial. No només calcula, preveu, organitza, programa o administra. Ara també és una amenaça. El coneixement es reproduïx i circula, per tant, s'interpreta, s'aprèn i pot ser utilitzat de maneres diverses. Aquest fenomen, però, també posa en crisi el model postfordista d'organització del treball, a falta d'un nou sistema capitalista que "posi a treballar" aquests sabers. Que els capturi i els incorpori en la cadena productiva, dotant-los d'un valor econòmic. Aquesta nova mutació del capitalisme que té com a repte articular la producció de coneixement, la gestió d'informació i la formació de capital, aquest "posar a treballar" els sabers i coneixements, és el què s'ha conceptualitzat per alguns autors com a capitalisme cognitiu.

Entre d'altres coses, els treballs realitzats al voltant de la idea del capitalisme cognitiu, ens han parlat d'aquest procés de transformació del coneixement en valor. Un procés que se'ns fa d'especial interès en el cas del coneixement virtualitzat o digitalitzat. Ja que, en aquest cas, un cop produïda la primera unitat, el cost necessari per a reproduir més unitats tendeix a zero. En aquest sentit, podem afirmar que el procés de transformació del coneixement (virtualitzat) en valor està

totalment lligat a la capacitat pràctica de limitar-ne la seva lliure difusió. D'aquesta manera el valor del coneixement resultaria de la seva escassetat, però en aquest cas, no de la seva escassetat natural sinó de la seva escassetat artificial, generada a partir de la imposició de limitacions per accedir-hi.

El capitalisme cognitiu, doncs, requereix, al seu temps, d'un dispositiu que li permeti posar en circulació el coneixement a mode d'unitats ontològicament coherents amb la seva lògica. Un coneixement que ha de ser fragmentat, clarament delimitat, acumulable i gestionable des de la lògica del mercat. Aquest dispositiu és, en bona mesura, el què coneixem per propietat intel·lectual: una construcció jurídica que està associada a la producció de coneixement. Que regula, sobretot, les seves formes de circulació i utilització. Però el què ens interessa d'aquest dispositiu és com opera sobre el coneixement. El transforma realment? O simplement es limita a protegir el què el coneixement ja és?

- Per un costat, experts en la matèria, com Jesús Prieto, ens diuen que la propietat intel·lectual descansa sobre una construcció jurídica que es funda en la voluntat d'articular l'interès general de la societat i l'interès privat del creador. El què introdueix una suggerent contraposició entre allò individual i allò col·lectiu que simplement s'assumeix.
- D'altra banda, la mateixa idea d'atribució de la propietat intel·lectual que s'expressa en l'article 1 de la Llei de Propietat Intel·lectual espanyola (Real Decreto Legislativo 1/1996), afirma que “la propietat intel·lectual d'una obra literària, artística o científica correspon a l'autor pel sol fet de la seva creació”. Assumint que la “creació” és quelcom que generem individualment i que, en conseqüència, ens pertany.

Una problematització d'aquests postulats ens porta a preguntar-nos per la noció de “creació”, de procés creatiu. Ja que aquest dispositiu, més que transformar el coneixement, sembla que s'aferra a una ontologia ja existent, i sobre la qual es desplega. Aquesta ontologia, però, l'hauré de cercar en el discurs científic.

Aquesta és la trajectòria que he seguit per arribar a situar en el centre la qüestió de la creativitat i dels processos creatius. El motiu d'aquesta decisió sobretot té a veure

amb la voluntat de que tot aquest *background* acompanyi la discussió en aquesta matèria. I, per tant, que no es produeixi aïlladament i al marge d'aquesta càrrega política.

Entrant ja en l'àmbit del discurs científic, en termes generals, existeix un cert consens a l'hora d'atribuir un interès pioner per aquest tema al psicòleg americà Joy Paul Guilford. I referenciar el seu treball com a tret de sortida, és una pràctica habitual en les revisions sobre la matèria. El text correspon a una conferència que va pronunciar davant l'Associació Americana de Psicologia el 1950. En ella, es parlava de la creativitat com una característica de la personalitat.

Aquesta concepció, la que busca identificar les característiques de personalitat de les persones creatives o de la "personalitat creativa", mitjançant la cerca de característiques, actituds i altres qualitats personals que es donen a l'hora de distingir els "individus altament creatius", va esdevenir durant molts anys la dominant en l'àmbit dels estudis sobre la creativitat.

Entre les primeres aproximacions al tema, però, també s'hi compten el treballs que es van basar en l'estudi de biografies de personatges considerats genis. En aquest camp, un dels mètodes que ha gaudit de més consideració és l'emprat per Howard Gruber, deixeble de Piaget. Sobretot de la mà dels treballs que va realitzar al voltant de la figura de Charles Darwin. La proposta de Gruber es fonamenta en l'objectiu final de reconstruir la vida mental de l'individu creatiu mitjançant l'elaboració de "mapes cognitius". En el cas concret de Darwin, Gruber va analitzar una sèrie de quaderns de notes que Darwin havia elaborat en el període en el que es considera que el teòric de l'evolució va realitzar les seves troballes més fecundes.

Justament, l'aproximació cognitiva a la qüestió de la creativitat, prendria més endavant el relleu com a perspectiva dominant, en detriment de la de la personalitat. Aquesta línia, malgrat ha seguit centrant-se en l'estudi dels processos cognitius implicats en la creativitat, s'ha desmarcat de la idea de geni que caracteritzava els treballs de Gruber i altres, assumint que la creativitat és el resultat extraordinari del funcionament de processos i estructures ordinàries. És a dir, que s'assumeix que la capacitat cognitiva de comportar-se creativament és una característica "normal" en les persones.

D'altra banda, l'anàlisi dels possibles determinants ambientals, socials i culturals de la creativitat també ha ocupat un espai en aquest camp. I això ja ens comença a introduir en l'àmbit de la Psicologia Social.

Sembla que hi ha un cert acord en atribuir la primera crida per una "psicologia social de la creativitat" a Teresa Amabile. En un article publicat el 1982, on denuncia la presència nul·la d'aquesta temàtica en les recerques efectuades en l'àmbit de la Psicologia Social, també argumenta que les teories sobre el procés de creació resulten incompletes sense la consideració dels seus determinants de tipus social-contextual. En aquest sentit, Amabile considera que la conducta creativa només pot ser completament explicada des d'un model que la consideri com a resultat d'una constel·lació particular de característiques personals, habilitats cognitives i contextos socials.

D'acord amb aquest model, alguns dels temes més estudiats per la Psicologia Social han estat l'impacte sobre la creativitat de l'àmbit disciplinar en el que es desenvolupa l'individu, l'impacte de la motivació intrínseca i extrínseca, l'estudi de les característiques dels productes creatius com a informants de la creativitat o el desenvolupament de la creativitat grupal en contextos aplicats. Els treballs en aquesta darrera línia han estat probablement els més popularitzats, en bona mesura gràcies a l'aplicabilitat empresarial de tècniques com el "brainstorming".

Un cop posades sobre la taula les principals aproximacions a l'estudi de la creativitat i dels processos creatius, es tractaria d'identificar-ne les nocions dominants, aquelles que són compartides i que es troben en la base dels diferents plantejaments i problematitzar-les, fent explícit allò que ja s'assumeix com a obvi.

La pluralitat d'enfocaments que s'han desenvolupat dificultaria aquesta tasca, ja que cadascuna ve a articular una conceptualització pròpia. Més encara quan aquesta pluralitat es manifesta en dos àmbits o dues variants en l'estudi de la creativitat: aquella que es centra en les produccions creatives més de tipus artístic i l'anomenada resolució creativa de problemes, més vinculada a l'àmbit organitzacional o educatiu. A partir d'un determinat moment però, des de les diferents tradicions, s'introdueix la necessitat de construir una visió de consens que proporcionés una base des de la que operativitzar objectius per a treballar

empíricament. Servint-nos doncs de tota la feina feta en aquest sentit, que ha consistit en agrupar i categoritzar les diferents conceptualitzacions existents amb aquest objectiu d'articular una visió de consens, identifiquem tres nocions comunes. Tres obvietats que són acceptades i col·locades sobre la base de les diferents mirades:

- Creativitat: Entesa com una funció pròpia de nosaltres en tant que persones, com una característica humana en definitiva. Aquest fet, situa l'origen del procés i del producte creatiu en un àmbit intra-individual. Si bé és cert, però, que la seva conceptualització no s'esgota en un àmbit intra-individual, sí que s'assumeix la idea de que aquest és el seu origen. En aquest sentit, el context social, cultural i situacional són variables, de la mateixa manera que ho són la personalitat o les motivacions, condicionen el producte però no en són constitutives.
- Procés Creatiu: La noció de "procés creatiu" té a veure amb la mateixa idea de creativitat. D'acord amb això, els nostres processos cognitius serien els responsables de recollir i processar la informació provinent d'aquestes variables i d'articular, finalment, la resposta creativa. Aquesta argumentació ens suggereix un "procés creatiu" que, malgrat s'assumeix que es troba en relació amb múltiples variables, també s'inscriu en un àmbit intra-individual.
- Producte Creatiu: La idea de producte creatiu fa referència a allò que s'obté com a resultat del procés creatiu i, per tant, també com a resultat del bon funcionament de la creativitat. Així, el "producte creatiu" és quelcom que es troba a fora del procés de creació, en la mesura que n'és el seu resultat. És per això que s'ha estudiat de forma independent i fora d'aquest, amb l'objectiu d'analitzar o bé les seves propietats o bé aquells elements que permetin inferir com s'ha desenvolupat o quines són les característiques de l'individu creatiu.

D'acord amb tot això, podem afirmar que la introducció d'una mirada psicosocial no ha suposat o no està suposant un qüestionament de la idea de que els processos responsables de la resposta creativa els hem de buscar en allò intra-individual. En aquest sentit, la invitació d'aquest treball consisteix a posar en qüestió aquest postulat, per tant també a cercar una conceptualització alternativa del fenomen.

Per comoditat i amb l'objectiu de facilitar l'expressió i la comprensió, m'he referit a les perspectives que assumeixen els postulats anteriorment citats sota l'etiqueta de "creativitat com a tret". Per contra, a la invitació que proposo en el treball l'he anomenat "creativitat com a procés".

La "creativitat com a procés", doncs, consisteix en entendre la creativitat i el procés creatiu com a processos socials que s'actualitzen de forma permanent. I que estan conformats, al seu temps, per múltiples processos que es posen en joc, no necessàriament en el mateix moment sociohistòric, per a generar un producte creatiu, un individu creatiu i una narrativa que els vinculi.

En aquest sentit, ens desmarquem de la idea del procés creatiu com a fase d'elaboració intermitja, entre l'individu *per se* i el producte creatiu, que dona lloc a tres fenòmens diferenciats:

- a. l'individu, com a *psique*, com a conjunt de processos psicològics potencialment realitzables;
- b. el procés creatiu, com a procés cognitiu en el que es processen i s'integren un conjunt de variables que impacten sobre la *psique*;
- c. el producte creatiu, com a resultat d'aquest procés;

per passar a una concepció del procés creatiu com a procés social, que arrenca i s'esgota en un àmbit social-relacional, i en el sí del qual podem identificar-ne dos moments diferenciats: el moment preproductiu i el moment productiu.

El moment preproductiu, és el que podríem considerar el moment de producció en un sentit estricte, el moment en el que despleguem aquelles pràctiques que ens permetran obtenir un resultat, un producte. Aquest moment, al tractar-se d'una fase d'elaboració que habitualment s'expressa de forma individual, és més fàcilment individualitzable en els termes que ho fa la noció de procés creatiu pròpia de la "creativitat com a tret". Però aquest no és el sentit que nosaltres li conferim. Assumim que es tracta d'una fase d'elaboració, però entenem que les pràctiques que s'hi posen en joc, no es produeixen en un buit social. Per tant, no poden entendre's si no és en consideració de la relació que mantenen amb el context en el

que es produeixen: des de les categories lingüístiques que despleguem per plantejar-nos les tasques que vulguem portar a terme, passant pel propi aprenentatge d'aquestes tasques, i fins a les nostres expectatives o el temor a les conseqüències... Entenem, en definitiva, que ha de ser llegit en termes de procés social.

D'altra banda, no obstant aquest sigui un moment en el que efectivament es produeix quelcom l'anomenem moment preproductiu, perquè en termes de creativitat és el moment anterior a que aquesta es produeixi. Així, encara que cronològicament segueixin l'ordre en el que els acabem de presentar, creativament segueixen l'ordre invers. En aquest sentit, el punt de partida del procés creatiu és aquest moment productiu, que consistiria en les relacions que s'estableixen entre l'objecte i un context social-històric-cultural donat. És a dir, que aquestes pràctiques no són creatives *per se*, sinó que: si en un context determinat les relacions que s'estableixen en el moment productiu funcionen, el producte és creatiu, esdevé creatiu, i l'individu al que se li atribueix l'autoria també, per tant, totes aquelles pràctiques que hagi portat a terme en el moment preproductiu es llegiran en aquests termes. Si per contra, la relació productiva no funciona, ni l'objecte, ni l'individu, ni les pràctiques que hagi portat a terme seran creatives. D'aquesta manera, considerant la naturalesa relacional d'aquesta atribució, ni la creativitat, ni l'objecte, ni l'individu que ostenten la consideració de creatius, ho fan de forma estable. Ben al contrari, la seva naturalesa és fràgil i canviant, per això diem que són processos socials que s'actualitzen de forma permanent.

Arribats a aquest punt, podem afirmar que la "creativitat com a procés" ens aporta una ontologia del producte creatiu i del propi procés de creació que col·lisiona amb la lògica de la privatització, que requereix d'un coneixement individualitzat i d'un procés creatiu individualitzant. Però que, com és lògic, es compatibilitza amb altres processos. És a dir, de la mateixa manera que hem llegit la "creativitat com a tret" en termes sociopolítics ubicant-la en el sí d'altres processos, la "creativitat com a procés" no la podem llegir aïlladament. Entre les implicacions polítiques desitjades, podem destacar, per exemple, la connexió amb el què coneixem per *Copyleft*: que proposa una forma de producció, circulació i utilització del coneixement basada en una noció de llibertat que s'oposa a la lògica de la privatització. I que es concreta en

pràctiques que parteixen de la gestió col·lectiva i autogestionada d'allò que es considera comú. Actualment, per exemple, és àmpliament conegut el projecte *Copyleft* per excel·lència: el sistema operatiu GNU/Linux.

Per acabar, i seguint amb la metàfora de la trajectòria, hauríem de fer referència al punt d'arribada, al final d'aquest camí. En aquest cas, però, potser seria més pertinent parlar de final d'etapa, aquell punt en el que toca recuperar-se mentre es fa balanç del què s'ha fet i de les decisions que s'han anat prenent. En aquest moment, només em resta dir que aquest final d'etapa ens deixa en una cruïlla en la que diversos camins són possibles. I, en aquesta mesura, puc anticipar que almenys he acomplert el principal objectiu que em proposava: dibuixar un nou escenari des del què pensar i des del què poder formular noves interrogacions.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons](#).

Usted es libre de copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra bajo las siguientes condiciones:

Reconocimiento: Debe reconocer y citar al autor original.

No comercial. No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Sin obras derivadas. No se puede alterar, transformar, o generar una obra derivada a partir de esta obra.

[Resumen de licencia](#)

[Texto completo de la licencia](#)