



CAMP, ÀMBIT i PERSONALITAT

Els tres elements necessaris per la creativitat segons Csíkszentmihályi

Ramon Alcoberro

La teoria del *flow* (fluïdesa) una hipòtesi que de vegades es confon amb la psicologia humanista (Viktor Frankl, Maslow...) i amb l'autoajuda. Però Csíkszentmihályi mai va creure ximpleries del tipus "qui vol, pot" o similars. La creativitat no és un voluntarisme.

Al primer paràgraf del capítol 2 del seu clàssic *Creativitat. El fluir de la psicologia del descobriment i la invenció* (ed. or., 1996) Csíkszentmihályi ho deixa ben clar «(...) la creativitat mai no es produeix dins del cap de les persones, sinó en la interacció entre els pensaments d'una persona i un context sociocultural. És un fenomen sistèmic, més que individual». El problema és que el seu llibre està construït a partir d'entrevistes fetes entre 1991 i 1995 a 91 persones que hom considera creatives i líders en el seu camp i que van ser analitzades en profunditat per extreure'n idees significatives al voltant de la creativitat. Això de vegades produeix una desagradable sensació d'estar al davant de «vides de sants del capitalisme globalitzat». No és gens obvi que «fer la nostra vida el més semblant a la dels models creatius que he estudiat» (paràgraf 1 del cap. 1) sigui gaire creatiu. Si com diu l'autor «la creativitat

versa sobre cançons noves, idees noves, màquines noves» (“Atenció i creativitat”, cap. 1) potser no s’hauria d’aplicar a l’estudi de formes lideratge que són velles. El mètode d’exposició a partir de l’anàlisi de les experiències de “rics i famosos” que adopta Csíkszentmihályi té límits molt obvis, que no han ajudat a que el llibre envelleixi amb la dignitat d’un clàssic, tot i resultar extraordinàriament suggestiu.

En tot cas, l’autor té clar que no vol escriure autoajuda, ni vides de sants (perills en què de vegades incorre) i se separa des del primer moment de l’autoajuda quan nega la condició de partida dels llibrots d’autocura, empoderament i altres herbes meravelles, que és l’estúpid “tu pots” voluntarista i frustrant. Per a Csíkszentmihályi resulta clar que: «... la creativitat no es produeix a dins del cap de les persones, sinó en la interacció entre els pensaments d’una persona i un context sociocultural». Ser creatiu no és cap tret de caràcter personal, ni tampoc és estar convençut que “jo valc molt”, perquè això no serveix de res si els altres no s’ho creuen. Tampoc no implica ser àgil o brillant. La brillantor s’apaga i la creativitat no, cosa que cal recordar per evitar problemes.

«Persona creativa és algú que amb els seus pensaments i actes canvia un camp o modifica un camp»

Csíkszentmihályi al capítol “On està la creativitat?” del seu llibre *El fluir de la psicologia del descobriment i la invenció* proposa una teoria de la creativitat que implica dinàmicament tres nivells, precisament perquè això l’ajuda a desfer-se de simplificacions voluntaristes.

La creativitat implica tres elements:

- a) Un camp
- b) Un àmbit
- c) Una personalitat

Sense un sistema que impliqui aquests tres nivells no es pot parlar significativament de creativitat. En primer lloc ningú és creatiu en abstracte, ni en tots els moments. La creativitat s’aplica a un camp (les matemàtiques, la mecànica, la literatura, el cant gregorià...) que a la vegada està vinculat a una cultura. Els camps pertanyen sempre a una cultura determinada, tenen regles i límits, impliquen aprenentatge de vegades llarg, hi ha uns professionals que s’hi dediquen i s’hi guanyen la vida, etc. «Cada camp és compost pels seus propis elements simbòlics, les seves pròpies regles i generalment té el seu propi sistema de notació. En molts sentits cada camp presenta un petit món aïllat, en què cada persona pot pensar i actuar amb claredat i concentració».

Ni els camps ni la cultura no s’improvisen i cal un treball llarg, seriós i ordenat per conèixer-los i per actuar-hi de forma competent. Si volem accedir-hi, diu Csíkszentmihályi, cal «invertir prou energia mental per aprendre tan sols les regles d’un sol camp». S’està en situació de tenir flow, només quan alguna domina prou

les eines i els impulsos comunicatius i relacionals d'un camp. Els individus creatius són aquells que experimenten una adequació tan perfecta amb el seu camp «que el fet d'actuar dins les regles d'un camp els resulta gratificant per si mateix; [de manera que] seguiran fent el que fan tot i que no se'ls pagui per fer-ho, simplement pel gust de realitzar una determinada activitat».

L'àmbit i la creativitat.

S'anomena àmbit el grup format per les persones o instàncies que tenen el poder dins cada camp i, en conseqüència, poden decidir quines innovacions són acceptades i quines no. O quines persones són potenciades i quines no. Vist que hi ha molta gent molt bona que fa moltes coses molt ben fetes, però que no hi ha ni temps ni mitjans per atendre totes les novetats... algú ha de decidir qui i què s'integra al camp i qui o què en queda fora. Hi ha competència entre idees noves i persones noves... i no tothom pot guanyar. Només algunes de les noves cançons s'escoltaran a la ràdio, només alguns llibres seran llegits, etc. Donat que hi ha competència «una persona creativa haurà de convèncer l'àmbit que ha fet una innovació valuosa».

Segons escriu Csíkszentmihályi al cap. 2 de *Creativitat...* «els àmbits poden afectar l'índex de creativitat com a mínim de tres maneres. La primera és essent o bé reactiu o bé positivament actiu (...) La segona manera com l'àmbit influeix en l'índex de novetat és triant un filtre estret o ample en la selecció de novetats (...) Finalment els àmbits poden estimular la novetat si estan ben connectats amb la resta del sistema social i són capaços de canalitzar ajudes cap al seu propi camp».

L'àmbit pot ser molt ampli (tots els consumidors que decideixen comprar un producte) o molt restringit (el conjunt de professors universitaris que contacten un becari). En general accedir-hi està força restringit a través d'un sistema de filtres i cal «passar moltes portes». A més, hi ha persones que saben molt però són tímides i els costa relacionar-se, de manera que elles mateixes dificulten el seu accés a un àmbit que els reconegui. Però si un àmbit no estimula una idea nova en un camp difícilment pot tenir èxit (recordi's que Picasso, Miró i Dalí van haver de marxar de Catalunya a París per triomfar). L'església catòlica condemnant Galileu i impedit el desenvolupament de la física al Sud d'Europa, el Partit Comunista reprimint l'art abstracte a la Unió Soviètica, els ministeris espanyols impedit que gent catalanista ocupi càtedres a universitats catalanes, etc. són exemples d'àmbits que boicotegen el progrés... i que acaben per esfondrar-se ells mateixos. Al revés, també hi ha àmbits que es mouen molt, generalment en èpoques de crisi, i que busquen la innovació perquè en depenen.

La persona

El tercer element que cal tenir present en la creativitat, juntament amb el camp i l'àmbit és l'aportació de la persona. A diferència dels voluntarismes propis de l'autoajuda, Csíkszentmihályi és molt escèptic respecte al poder de la persona

individual si no té fermament arrelada una cultura i no té el recolzament d'un àmbit. Ni tan sols es pot dir que sigui la persona la que posi en marxa el procés creatiu. «Estar al lloc oportú en el moment oportú» no és només una frase feta, sinó una condició necessària, imprescindible per poder desenvolupar la creativitat.

Csikszentmihályi és molt clar en aquest tema:

«És important assenyalar l'escassa consistència de la contribució de l'individu a la creativitat perquè molt sovint hi ha la tendència a sobreestimar-la. Tanmateix també es pot caurien l'error contrari i negar qualsevol mèrit a l'individu. Determinats sociòlegs i psicòlegs afirmen que la creativitat és tan sols qüestió d'atribució. (...) També això és una simplificació excessiva. Perquè tot i que l'individu o és tan important com se suposa habitualment, tampoc no és veritat que la novetat es pugui produir sense la contribució dels individus, ni que tots els individus tinguin les mateixes possibilitats de produir una novetat».

Així, doncs, una persona que vulgui ser creativa, «no tan sols ha de treballar dins un sistema creatiu, sinó que també ha de reproduir aquest sistema dins de la seva ment». Una persona creativa de debò ha de tenir bona formació i conèixer com funciona el seu sector treballant-hi a fons. Això implica un «interès pel camp» on es treballa i la capacitat d'aportar-hi novetats que puguin ser reconegudes. Una persona creativa experimenta plaer fent el que fa, es compromet amb la seva tasca i hi troba tot el sentit, vitalment. La persona creativa és sempre complexa, val a dir, barreja pensament i acció i és capaç de veure els problemes des de diversos punts de vista i de canviar d'opinió. «Les persones creatives coneixen els extrems i els experimenten interiorment sense conflicte intern».

En una sociologia de la creativitat és molt important tenir presents aquests tres elements de la creativitat. Csikszentmihályi ha estudiat el *flow*, entenent que hi ha un moment de creativitat quan les exigències del treball no pesen i l'individu sent que no té límits perquè està absolutament immersit en "el seu" àmbit. Però és central entendre que el *flow* no cau del cel. És per a qui el busquen a través d'una gran disciplina i no es produeix en societats que frustren la creació.