

15/05/2023

En contra del reduccionisme de la creativitat



Dins del paradigma naturalista, la Sociologia de la Cultura veu la creativitat com un fenomen amb diferents definicions estructurat per factors com el gènere, la classe social i el marc nacional. Sociològicament, la creativitat és una activitat que té lloc al món social, allunyada dels processos psicològics, no obstant això, la seva legitimació social és desigual, sobretot en l'àmbit professional. Un estudi del Departament de Sociologia de la UAB ha revisat les concepcions socials de la creativitat desmuntant els mites que l'envolten.

Necessitem espai per pensar, debatre, llegir i crear. El coneixement creatiu no només és un producte psicològic local, sinó que forma part d'un context social. Els estudis naturalistes sobre cognició en ciències socials i cognitives ho demostren empíricament (Bourdieu, 1979; Becker, 2002; Sennett, 2012; Muntanyola-Saura, 2014). Fem servir el terme "naturalista" que prové de la tradició filosòfica que considera el coneixement com una realitat donada de l'activitat humana i social. Hi ha diversos exemples de neurocientífics coneguts que han abordat el tema, per exemple, Dennett, 1995; Damasio, 1999; Gallese, Keysers i Rizzolatti, 2004. No ens aturarem als estudis sobre les habilitats psicològiques, com l'atenció o la percepció, que faciliten o dificulten aquest "Moment Eureka". Però deconstruirem els tres mites següents de la creativitat: (1) la universalitat del que es considera creativitat; (2) l'ideal romàntic de l'individu creatiu; (3) la cosificació de la pràctica creativa.

Dins del paradigma naturalista, la Sociologia de la Cultura veu la creativitat com un fenomen estructurat per factors com el gènere, la classe social i el marc nacional. Sociològicament, la

creativitat és una activitat que té lloc al món social, molt allunyada de nocions com instint, motivació i inspiració, que són processos psicològics. Aquesta és la base de la perspectiva sociològica i, més específicament, del Construccionisme Social. Aquesta disciplina té molt a dir sobre aquest tema. Per tant, la Sociologia de la Cultura juga un paper important en el consens sempre canviant sobre allò que constitueix la cultura legítima i les definicions de creativitat. Des del nostre punt de vista, el terme "legitimitat" es refereix a aquelles activitats socials acceptades i transmeses per les institucions socials dominants, i etiquetades com a normals i desitjables (Berger i Luckmann, 1995).

La creativitat no és un bé escàs sinó una característica inherent de la pràctica social a qualsevol entorn institucional. No obstant això, algunes pràctiques professionals estan socialment legitimades com a creatives mentre que d'altres no. La pràctica creativa és el llegat de professionals tant del món artístic com del científic. També podríem parlar de termes associats com innovació i empenedoria, que vinculen creativitat amb tecnologia en el primer cas i amb guanyar diners en el segon. Des d'un punt de vista sociològic, aquestes associacions ens porten a explorar les convencions per decidir què constitueix art i cultura. No totes les pràctiques creatives es considerin capital cultural. Per tant, aquest article consisteix en una revisió bibliogràfica que inclou models pragmàtics i integrats de la creativitat com a pràctica social.

Dafne Muntanyola Saura

Departament de Sociologia, Universitat Autònoma de Barcelona

dafne.muntanyola@uab.cat

Referències

Muntanyola Saura, D. (2021). **Mètodes naturalistes de la sociologia de la creativitat: Contra el reduccionisme**. *Debats. Revista de cultura, poder i societat*, 135(2), 25–38.
<https://doi.org/10.28939/iam.debats-135-2.2>

[View low-bandwidth version](#)