

**CUESTIONES SOBRE
LA CREATIVIDAD COMO
TENDENCIA PSICOLÓGICA Y
COMO VIRTUD**

CUESTIONES SOBRE LA CREATIVIDAD COMO TENDENCIA PSICOLÓGICA Y COMO VIRTUD

Ramón Rosal Cortés

Prólogo de Ana Gimeno-Bayón Cobos
Dra. en Psicología



TÍTULO: *Cuestiones sobre la creatividad como tendencia psicológica y como virtud*

AUTOR: *Ramón Rosal Cortés*©, 2022

Instituto Erich Fromm de Psicoterapia Integradora Humanista ©

COMPOSICIÓN: *HakaBooks - Optima, cuerpo 11*

DISEÑO DE LA PORTADA: *Hakabooks*©

FOTOGRAFÍA PORTADA: *Facilitada por el autor*©


1ª EDICIÓN: *junio 2022*

ISBN: *978-84-942123-5-2*

DEPÓSITO LEGAL: *B 14412-2022*

HAKABOOKS

08204 Sabadell - Barcelona

 *+34 680 457 788*

 *www.hakabooks.com*

 *editor@hakabooks.com*

 *Hakabooks*

Quedan prohibidos, dentro de los límites establecidos por la ley y bajo los apercibimientos legalmente previstos, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, ya sea electrónico o mecánico, el tratamiento informático, el alquiler o cualquier forma de cesión de la obra sin autorización escrita de los titulares del copyright.

Todos los derechos reservados.

ÍNDICE

PRÓLOGO por Ana Gimeno-Bayón	15
INTRODUCCIÓN	19
1. La problemática de la creatividad en los distintos campos del saber	19
2. Auténticas y falsas manifestaciones de actitud creativa	22
3. Finalidad original de estos escritos	28
4. Cuestiones que se abordan en este libro	29

CAPÍTULO PRIMERO

INVESTIGACIÓN SOBRE LA CREATIVIDAD Y LA PSICOLOGÍA HUMANISTA

1. El tema de la creatividad: Investigación interdisciplinar y paradigmática	31
1.1. El tema de la creatividad en las ciencias sociales	31
1.2. La psicología de la creatividad en la primera mitad del siglo XX.	34
1.3. La creatividad en los distintos paradigmas psicológicos	37
2. Antecedentes de la investigación psicológico humanista sobre la creatividad	42
2.1. Adler y Rank	42

2.2. Erich Fromm	44
2.3. Moreno	46
3. El tema de la creatividad en la Psicología Humanista	48
3.1. La creatividad como tema de interés primordial	48
3.2. Disconformidad respecto a la interpretación freudiana de la creatividad	49
3.3. Otras conclusiones o proposiciones características de la investigación psicológico humanista sobre la creatividad.	54

CAPÍTULO SEGUNDO

IMPLICACIÓN DE LA PSICOLOGÍA EN LA ÉTICA FILOSÓFICA Y CIENTÍFICA

1. Acercamiento de la Psicología a la Ética en Fromm, Horney, Berge, M.A. Bloch y Cencillo	61
2. Posibilidad de una Ética científica, según L. Cencillo	66
3. ¿Es correcto afirmar que la actitud creadora es éticamente neutra?	70
3.1. Carácter aparentemente neutro, desde el punto de vista ético, de la actitud creadora	70
3.2. ¿Es éticamente mejor el comportamiento creativo y realizador que el no creativo?	71
3.3. Un comportamiento de carácter pasivo y receptivo puede ser también creador	73
3.4. Carácter éticamente negativo de la actitud no-creativa obstaculizadora de creatividades ajenas	74
4. La actitud creadora como aspiración y responsabilidad primordial en la ética humanista, como una forma de Neoeudemonismo	75

4.1. El deber de inventar	75
4.2. La posición de los psicólogos humanistas	79
4.3. La Psicología humanista se interesa por los valores éticos de posible validez universal	80
4.4. La actitud creadora como actitud ética fundamental y como deber primordial	82

CAPÍTULO TERCERO

ETICIDAD DEL CONCEPTO PSICOLÓGICO DE AUTORREALIZACIÓN

1. Aclaraciones preliminares	85
1.1. Diferencia entre una ética de la creatividad y una superestructura ideológica o una “racionalización” de la práctica y valoración social dominantes respecto al actuar creador	85
1.2. ¿Es el ser humano un ente creador?	87
1.3. La ética como intento de encontrar una explicación racional de los hechos y las reglas morales	90
1.4. Necesidad de aclarar qué se entiende por comportamiento éticamente valioso	92
2. Antecedentes sobre el concepto de autorrealización y su eticidad en psicólogos del siglo XX	93
2.1. Kurt Goldstein: La autorrealización como motivación fundamental del actuar humano	93
2.2. Abraham H. Maslow: La autorrealización como aspiración máxima u objetivo final	94
2.2 Carl R. Rogers: El “ser verdaderamente uno mismo” como objetivo autorrealizador universal, y sus diferentes manifestaciones	96
2.4. Karen Horney: La tarea autorrealizadora como	

obligación moral suprema, y el conflicto planteado por las exigencias de la “imagen idealizada de uno mismo”	101
2.5. Eric Fromm: La orientación productiva en el carácter del individuo realizado y moralmente valioso	105
a) Conveniencia de un estudio psicológico moral sobre la persona buena o persona “productiva”	105
b) Reconocimiento implícito por parte de Freud de una ética de la autorrealización	107
c) La orientación productiva como solución autorrealizadora frente a las dicotomías existenciales	108
d) La destructividad como consecuencia de la frustración de las tendencias autorrealizadoras	111
e) Algunas conclusiones	112
3. Vertiente altruista de una creatividad autorrealizadora	113
3.1. El comportamiento creador que obstaculiza la creatividad ajena	114
3.2. El comportamiento creador que se mantiene indiferente respecto a la creatividad ajena	116
3.3. El comportamiento creador que respeta la creatividad ajena	117
3.4. El comportamiento creador que promueve la creatividad ajena	118

CAPÍTULO CUARTO

LA AUTORREALIZACIÓN COMO UNA FINALIDAD DE LA CREATIVIDAD ÉTICAMENTE VALIOSA

1. Introducción: Fines de una creatividad éticamente valiosa	121
2. La supuesta oposición entre amor a sí mismo y amor a los demás	123
2.1. Precursores de esta hipótesis según Fromm: Calvin y Kant	125
2.2. La justificación condicional del amor a sí mismo en Kant	125
2.3. Stirner y Nietzsche: rechazo del altruismo	126
2.4. Freud: su versión de la falsa alternativa	127
2.5. Nygren: desvalorización del Eros como amor indigente y posesivo	128
2.6. El Eros como manifestación primordial y autorrealizadora del amor	129
2.7. Fromm: superación de la alternativa	130
3. El problema de la relación entre felicidad y autorrealización moralmente valiosa (Max Scheler)	130
3.1. Conexión entre el “estado sentimental” y el valor moral	131
3.2. Crítica a la actitud de búsqueda de felicidad	132
3.3. La felicidad como consecuencia de la bondad personal y fuente del comportamiento moralmente valioso	133
3.4. Relación entre la autorrealización y felicidad en el “neo-eudemonismo” de Cencillo	134
3.5. Relación entre felicidad autorrealizadora y amor al otro	135
3.6. Conclusiones	137

4. La autorrealización como efecto del amor a sí mismo	138
4.1. Uso del término “realización” en Cencillo	139
4.2. Uso del término autorrealización en Maslow	140
4.3. El concepto de “interés propio” en Fromm	140
4.4. La autodestrucción como efecto del egoísmo	141
4.5. El egoísmo como sentimiento no originario, en Max Scheler	142
4.6. La actividad creadora como requisito para la autorrealización	143
5. Relación entre el amor a sí mismo y el amor a los otros	144
5.1. José Pieper: El amor a sí mismo como forma primaria de amor	144
5.2. Fromm: El amor “productivo” a sí mismo y a los otros	145
5.3. La finalidad de autorrealización personal favorece el incremento de una creatividad altruista	146
6. La creación de la libertad para los demás como signo de madurez ética	147

CAPÍTULO QUINTO

RELACIONES ENTRE LA CREATIVIDAD Y LA PRUDENCIA

1. La actitud creadora éticamente positiva requiere actuar de acuerdo con la prudencia	151
1.1. La atención a las circunstancias del entorno y del agente, condición para una creatividad éticamente positiva	151
1.2. Requisitos para una consideración atenta de las circunstancias	153

1.3. Inconvenientes éticos de un ansia excesiva de seguridad	155
1.4. ¿Constituye la creatividad prudente un impedimento para la realización de valores morales como el altruismo bienhechor, la lucha por la justicia, etc.?	155
2. ¿Exige el comportamiento prudente el ejercicio de la creatividad?	157
2.1. Toda actuación moral genuina implica una aportación creadora	157
2.2. La autorrealización del agente como obra principal del actuar prudente	158
2.3. Toda decisión auténticamente ética depende principalmente del propio sujeto agente y de la lucidez de su actuar	159
2.4. El “moralismo” como actitud carente de prudencia creadora	160
2.5. La dependencia de la casuística como actitud carente de prudencia creadora	162
2.6. Razones que apoyan la revalorización de la actitud de prudencia creadora	164
3. La prudente conciencia de los propios límites y la aceptación de sí mismo con los propios condicionamientos	166
3.1. Peligros psicológicos del ansia de crear	166
3.2. Presupuesto reduccionista sobre los valores de creación	169
3.3. Serenidad tras la prudente conciencia de los propios límites	170

CAPÍTULO SEXTO

ÉTICA DE LA CREATIVIDAD EN EL TRABAJO PROFESIONAL

1. Introducción	171
2. Características de un trabajo profesional creativo y ético	172
3. La creatividad personal en el ejercicio de la profesión	175
4. Problemas psicológicos que impiden la creatividad en el trabajo	179
5. Tipos de psicopatologías según Horney y su influencia perjudicial para la creatividad laboral	179
6. El problema ético de los impedimentos culturales para el desarrollo de la capacidad creadora de la mujer	182
6.1. La aparente superioridad vigente del varón en las creaciones científicas y artísticas no prueba su superioridad en capacidad creadora	182
6.2. La superioridad creativa del varón, aún limitándonos a las creaciones científicas y artísticas, no está suficientemente probada	184
6.3. Datos empíricos que sugieren la superioridad de la mujer media, respecto al varón medio, en imaginación creadora	185
6.4. Liberación de la capacidad creadora de la mujer, como exigencia ética	187
NOTAS	189
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	195

PRÓLOGO

por Ana Gimeno-Bayón Cobos

La botella del náufrago

En su libro autobiográfico *Naufragio y rescate de un proyecto vital*, Ramón Rosal se presenta como alguien que tuvo que vivir el fracaso de lo que inicialmente, en su juventud, había proyectado como finalidad primordial para su vida y cómo, tras ese fracaso, logró rehacerlo. Eso sí, dentro de unas dimensiones más realistas que las soñadas desde la ignorancia y la ambición de los pocos años. Para describir ese periplo, utiliza la metáfora de un naufragio y su rescate. Pues bien: podríamos decir que el presente libro es la botella del náufrago, que guarda en su interior un mensaje valioso, que -si llega a buen término- puede salvarle o, al menos transmitir la huella de su paso por la vida.

Digo esto porque conocí al autor cuando su proyecto estaba nadando en busca de costa o buque que lo acogiera. En esa etapa se gestó el esbozo de este libro que contenía algo tan relevante para el autor que no podía esperar a estar en tierra firme para iniciar su lanzamiento, por si no llegaba ese momento. Su mensaje ha servido de hilván a través de las diferentes etapas vitales de Rosal, consolidando algo que ha sido una constante en él: la apuesta y propuesta por considerar a la creatividad como una de las tareas más interesantes para el individuo y para la sociedad. La creatividad entendida como tendencia y capacidad de todo ser humano, llamado por su propio interior a desplegar sus capacidades y posibilidades de hacer nacer actos, procesos, ideas u obras que solo él puede aportar con ese sello que le es propio en tanto que persona (como le gusta decir al autor) original, única e irrepetible.

Pero no se limita el autor a recorrer la creatividad desde esa vertiente de tendencia psicológica. Rosal, –a pesar de haber dedicado la mayor parte de su vida profesional a la Psicología- nunca renunció a un talante profundamente filosófico, ni a su interés por la Filosofía aplicada, en concreto por la Ética. Es así como la creatividad es analizada en este libro también desde esta perspectiva y es precisamente este análisis el que hace de la obra un trabajo transversal, novedoso y atractivo, fruto de la capacidad de aunar en forma integrada los conocimientos psicológicos y filosóficos del autor.

La botella, ciertamente, conserva en su casco algunas huellas del tiempo en que inició su viaje de más de cuarenta años hasta llegar a la imprenta. Pero el mensaje sigue siendo no solo actual, sino vivo y sugerente: no solo es sano, desde el punto de vista psicológico, satisfacer la tendencia a la creatividad autorrealizadora, sino también “bueno” desde el punto de vista ético. Mostrar y demostrar esos dos aspectos forman parte del objetivo de este libro.

Evidentemente, el autor no entiende la autorrealización como lo hacen algunas versiones narcisistas, pues este tipo de meta cercena las innatas tendencias altruistas de la persona y, en este sentido el resultado sería una poda que daría lugar a una versión *bonsái* de la persona. La autorrealización individual no se entiende si no es, a la vez, un logro para el colectivo humano en el que la persona se encuentra inserta y que permite dar cauce a las tendencias genuinamente altruistas del sujeto.

Cuando señalo que el mensaje sigue siendo actual, tendría que añadir: “y necesario”. Algunos apartados, como el dedicado al reconocimiento de la creatividad en la mujer, aunque parezca algo sabido y repetitivo en estos tiempos, es nuevo porque aún está por estrenar y ser reconocido como se merece en los ámbitos científicos, artísticos, académicos y –sobre todo- en la vida cotidiana, donde la capacidad de invención improvisadora para solucionar los pequeños problemas y retos del día a día, por parte de la mujer, permanece invisible. En este sentido, llama la atención que tal tema fuera defendido por el autor ya en los años setenta, consecuencia de su atención continuada y vivida de valoración de lo peculiar femenino.

Todo el libro es una llamada a estimular al lector y al estudioso a tomarse en serio la tarea que Erikson (1988) señala como la propia de la etapa de la adultez: la generatividad, la contribución propia y única de cada ser humano al colectivo del que forma parte, para el enriquecimiento común. Y esa actitud, además de enriquecer a la sociedad, enriquece al propio sujeto y lo libra de la otra polaridad, la del estancamiento, la de la esterilidad, la del fracaso de su tarea de adulto, según el autor antes citado.

El autor sabe, por propia experiencia, que el mensaje que encierra la botella en ciertos contextos puede ser peligroso. Él mismo tuvo que saltar del barco exponiéndose a la aventura del naufragio por intentar vivirlo.

Este mensaje inicial de llamada a cada ser humano a ser (en una expresión cursi que ahora se utiliza mucho) la “mejor versión de uno/a mismo/a”, deja sus huellas en la nervadura de casi todos los escritos de Rosal. Así, se le ve claramente presente en su libro de *La búsqueda de la autenticidad*, o en su apología – más que “tratado” porque hay que llamarlo así, cuando procede de un autor entusiasmado con el mundo de los valores- de la independencia de juicio, de la grandeza de alma o de las ansias de superación (hermanadas, eso sí, con la aceptación de los propios límites) que el autor propugnó en su libro *¿Qué nos humaniza? ¿Qué nos deshumaniza? Ensayo de una ética desde la Psicología*.

Es importante, la precisión que hace el autor en la introducción de lo que entiende por creatividad, así como las falsificaciones de la misma. Y tener en cuenta que, más que en el producto creativo, el libro se centra en la dimensión psicológica de la creatividad, es decir, la actitud creadora. Al concebirlo como actitud, no se trata de un hecho puntual, que dará lugar después al producto creativo, sino al mantenimiento de esa actitud de apertura y disponibilidad al encuentro profundo con la experiencia del vivir cotidiano, permitiendo que este interfiera en nuestros esquemas, los trastoque y fecunde de una manera natural.

Ya anuncia el autor que el libro no responde a una estructura sistemática. Ciertamente, es así, pero las cuestiones que aborda son tan relevantes y amplias que podríamos decir que se trata de una especie de “fenomenología de la creatividad” que, a fuer de ir rodeándola y dando cuenta de las diferentes facetas y perspectivas de la misma, acaba ofreciendo una visión global de la misma.

Que no sea sistemático, no significa que la obra no esté ordenadamente estructurada: tras una introducción en que se dibuja la amplitud del panorama desde el que se puede estudiar la creatividad y señalar el limitado ámbito en que se focalizará el trabajo, así como la intención del mismo, se pasan a describir los diferentes acercamientos al tema de la creatividad desde la Psicología Humanista. Un segundo capítulo abordará la interacción entre Ética y Psicología para dejar paso al estudio, en los dos capítulos siguientes, de un concepto central en la Psicología Humanista, como es el de la autorrealización, y situarlo en relación con la Ética y la creatividad. El capítulo quinto enfrenta un tema que, en principio, puede sonar un tanto discordante a los oídos ajenos al sentido profundo de la virtud de la prudencia: se trata de relacionar el ejercicio de esta con la creatividad. Acostumbrados a escuchar cómo se ensalza la creatividad, poniendo el acento solo en la libertad y novedad que la misma implica, el autor entiende que si no va acompañada de la prudencia, puede caer en algunos peligros innecesarios. A la vez, la prudencia, entendida de una manera genuina, exigirá el ejercicio de una creatividad realista, dejando de lado una modalidad fantasiosa y pueril de la misma. Finaliza el libro haciendo aterrizar el tema estudiado en un ámbito muy concreto y cotidiano: el la creatividad a la que estamos llamados en el trabajo profesional. En cualquier trabajo profesional, por humilde que sea, tema bien poco tocado por los autores que estudian la creatividad. Por eso mismo, este libro es un ejemplo de “producto creativo”, un botón de muestra de la creatividad de quien lo escribe.

INTRODUCCIÓN

El nacimiento, en sentido psicológico (espiritual), es el resultado de una elección libre, y así, en cierto sentido, nosotros somos nuestros mismos padres, nos creamos a nosotros mismos, tal y como queremos ser, y por nuestra voluntad nos modelamos de acuerdo con el modelo que hemos escogido... Los demás seres que nacen, deben su existencia al impulso de sus padres; pero el nacimiento espiritual depende de la libertad de aquél mismo que nace. Y esta forma de generación es la única que tiene poder de escoger lo que ella quiere ser y de ser lo que ha escogido (Gregorio de Nisa, Vita Moysis, 2, 3: SC 1 bis, 108).

1. La problemática de la creatividad en los distintos campos del saber

Como queda claro en el título, las cuestiones abordadas en este trabajo se refieren, preferentemente, tanto a la *psicología* de la creatividad -entendida como una de las tendencias “transitivas” del ser humano- como a la ética, al plantearse la cuestión sobre si hay fundamentos para considerar el cultivo de la actitud creadora como una virtud moral, o incluso como un deber. Podrá clarificar el objeto de este estudio una escueta enumeración de los otros puntos de vista desde los que cabe investigar la problemática de la creatividad. De hecho, será preciso hacer referencia a ellos a lo largo de este trabajo.

Desde el punto de vista de la *Antropología Filosófica* se pueden plantear cuestiones como las siguientes: ¿Qué significa para el ser

humano tener una tendencia a crear? ¿Qué supone la creatividad para el ser humano dentro de su puesto en el cosmos? ¿Es esencial al desarrollo de lo humano en la persona el ejercicio de la creatividad? Podríamos continuar con otros interrogantes similares. Está, pues, el problema antropológico de la creatividad personal. Dentro de él cabe incluir el problema antropológico-moral o problema ético, en el que se trata de polarizar nuestra reflexión.

Aparte de sus fundamentos antropológico-filosóficos, la conducta creativa puede ser objeto de investigación en las diversas modalidades de ciencias humanas: *Psicología*, *Sociología*, *Antropología Cultural*, etc. Desde la *Psicología*, nos podríamos preguntar: ¿Qué lugar ocupa la tendencia creadora de la persona en el conjunto de las tendencias del fondo endotímico? ¿Cuándo se manifiesta su aparición dentro del ciclo vital? ¿Qué repercusiones tiene su modo individual de manifestarse para una investigación caracteriológica? ¿Qué papel juega la imaginación en la creatividad personal? ¿Y la inteligencia? Así podríamos continuar formulando interrogantes para un estudio psicológico de la creatividad. Y respecto a una investigación sociológica cabe interrogar: ¿Qué condiciones sociológicas se requieren para un adecuado desarrollo de la creatividad? ¿De qué forma la estructura liberal-capitalista favorece u obstaculiza el ejercicio de la creatividad? ¿Y la estructura de tipo colectivista? ¿Qué relación hay entre creatividad y sociabilidad? Cuestiones posibles a abordar desde la *Antropología Cultural* podrían ser: ¿Pueden comprobarse diferencias significativas respecto a la importancia concedida a la creatividad por culturas diversas? ¿En qué áreas de la vida humana se manifiesta la creatividad en cada cultura? De estas ciencias humanas, solo la *Psicología* está implicada claramente en las cuestiones abordadas en este trabajo.

Desde el punto de vista de la *Metafísica* y la *Teología Filosófica*, pueden plantearse cuestiones como las siguientes: ¿Qué es crear? ¿Se da un verdadero crear en la actividad humana? ¿Cuáles son las últimas causas de la creatividad? ¿Qué relación hay entre el crear del Absoluto Creador (desde una concepción teísta) y el crear del ser humano?

Aparece también el estudio de la creatividad como problema de la *Epistemología*. ¿Hasta qué punto hay que reconocer en el acto cognoscitivo humano una manifestación de la creatividad? ¿Qué concepciones filosóficas consideran el acto cognoscitivo primordialmente como un producto de la creatividad humana? ¿Cuáles lo consideran primordialmente como un don?

El problema de la creatividad personal en la *Filosofía de la Historia* puede plantear cuestiones como las siguientes: ¿Qué relación hay entre ejercicio de la creatividad y desarrollo de la historia? ¿Qué condicionamientos presenta la historicidad de la persona a su capacidad creadora?

La *Filosofía de la Educación* puede preguntarse: ¿Constituye una meta primordial de la actividad educadora la promoción de la creatividad humana? ¿Qué condiciones técnicas educativas favorecen u obstaculizan la creatividad? ¿Favorece la educación a través del trabajo el desarrollo de la creatividad?

Puede también considerarse el problema de la creatividad en la *Filosofía Política*. ¿Existe alguna relación entre desarrollo de la creatividad y progreso político? ¿Hay una relación entre los tipos caracteriológicos –según el grado de capacidad creadora- y las distintas ideologías políticas? ¿Qué significa la creatividad humana para el demócrata, el conservador, el liberal, el socialista, el fascista, etc.?

Todas estas preguntas, y aún más, podríamos hacernos desde los diferentes campos del saber. Pero responder a ella exigiría un saber enciclopédico y, efectivamente, toda una enciclopedia. La misión de este escrito es francamente más humilde, reduciéndose a unas cuestiones –como el título indica- sobre la creatividad humana desde el punto de vista de la *Psicología* y de la *Ética*.

2. Auténticas y falsas manifestaciones de actitud creativa

En la psicología fenomenológica de Philip Lersch se denomina “fondo endotímico” a la “esfera profunda e íntima de las vivencias”. En él tienen su base las vivencias pulsionales (instintos y tendencias).

En la tendencia sentimos un estado de defecto, de necesidad, que queremos superar; así ocurre en el hambre, en la sed y también en la necesidad de estimación y en el deseo de poder y por lo mismo en las tendencias superiores como son las llamadas necesidades sentimentales o en las necesidades metafísicas en las que Schopenhauer ve los fundamentos de toda concepción del mundo (Lersch, 1974, p. 99).

Según Lersch, se comprueba la presencia de tres rasgos constitutivos esenciales a la vivencia tendencial:

- el estado de necesidad
- la proyección sobre el futuro
- “el ser impelido por aquello a lo que se tiende”

La clasificación de las dieciocho tendencias analizadas por Lersch las diferencia en tres grupos, a saber:

A. Vivencias pulsionales de la vitalidad

- a) el impulso a la actividad
- b) la tendencia al goce
- c) la libido
- d) el impulso vivencial

B. Vivencias pulsionales del yo individual

- a) el instinto de conservación individual
- b) el egoísmo (egoísmo sano, o bien egolatría)
- c) el deseo de poder
- d) la necesidad de estimación
- e) el nivel de aspiraciones
- f) el afán vindicativo
- g) el deseo de autoestimación

C. Vivencias pulsionales transitivas

Es decir: “las de estar-más-allá de uno mismo, las de trascender el yo” (*Ibidem*, p.147). En estas ya no se da, como en

las del yo individual “la conciencia de un cierto aislamiento frente al mundo y al ambiente y una oposición contra ella”

- a) las tendencias dirigidas hacia el prójimo (hacia la convivencia, la asociación, etc.)
- b) las tendencias del ser-para-otro
- c) las tendencias creadoras (el impulso a crear)
- d) el deseo de saber (intereses)
- e) la tendencia amatoria (el amor en general)
- f) las tendencias normativas
- g) las tendencias trascendentes (impulso artístico, necesidad metafísica, búsqueda religiosa)

Las aportaciones ofrecidas por Philip Lersch en sus estudios sobre las vivencias pulsionales del “fondo endotímico”, ofrecen unas aclaraciones sobre el *impulso a crear*, como vivencia pulsional transitiva, que impiden confundirla con otras tendencias humanas –que brotan también del fondo endotímico- y que pueden confundirse fácilmente con las tendencias creadoras. Estas distinciones que Lersch nos ofrece siguen teniendo el mismo valor cuando consideramos la realización de tales tendencias dentro ya del nivel que corresponde a la ética, es decir, como manifestaciones de un comportamiento humano consciente y libre que expresa –o no- auténticos valores morales.

Para subrayar el carácter *transitivo* del impulso a crear, y distinguirlo claramente de los grupos de vivencias pulsionales de la *vitalidad* y del yo *individual*, indica Lersch:

En esta dirección el hombre siente el impulso a crear, que también es una tendencia a participar en una esfera más allá del ego. Su temática consiste en la tendencia a poner, merced al propio esfuerzo, en el mundo del no-yo, con el que limita el yo individual, algo que acrecienta su valor. En el impulso a la creación pues, la existencia se halla claramente relacionada con algo extra o supraindividual. Ya no se limita a la mera esfera de lo vivo y a las preocupaciones del yo

individual, sino que busca el realizarse como miembro de un conjunto de acciones y significados que la trascienden. El hombre por su voluntad quiere colaborar en una construcción de valores objetivos de cuya realización se siente, en parte, responsable (Lersch, o.c., pp. 160s.).

Es fácil calificar a un sujeto como poseedor de una gran capacidad creadora, cuando lo que se manifiesta realmente en él, enmascarado en un aparente impulso creador, no es más que una acentuada tendencia a la actividad (cfr. *Ibidem*, pp. 161s.). La inclinación, ya manifestada desde la primera infancia, a estar activo y a moverse son expresión de fuerzas originarias de la vida. Cuando la fuerza vital disminuye, sea por las enfermedades, o por la avanzada edad, disminuye paralelamente la necesidad de movimiento y actividad. También aparecen grandes diferencias del desarrollo del impulso a la actividad según el tipo caracteriológico de cada sujeto. Sin embargo, la presencia de un impulso intenso a la actividad no significa en absoluto intensidad del impulso creador. Tanto en el aspecto de tendencia al *rendimiento*, como en el de tendencia a la *configuración*.

Es posible que el sujeto dominado fundamentalmente por un ansia de desplegar su vitalidad en forma de actividad, se desenvuelva de forma que llegue a auténticos resultados que suponen un verdadero rendimiento dentro de un conjunto de actividad creadora, e incluso a una capacidad configuradora propiamente dicha. Sin embargo, todo ello surgirá como un efecto secundario, no pretendido seriamente. Este aparente trabajo creador no será vivido por el protagonista como un puro juego, ni siquiera como un “juego de construcción”, que ya no es puro desahogo de la vitalidad y señala, ya en la psicología infantil, el despertar de la tendencia creadora.

La vida puede ofrecer ejemplos abundantes de personas que trabajan en los más variados campos del quehacer profesional, pero que realmente no pretenden en serio colaborar a la construcción de valores objetivos. Otra posibilidad comprobable es la de profesionales que poseyeron en su tiempo de estudiantes, e incluso en

el comienzo de su tarea profesional, verdaderos móviles creativos –de rendimiento, o de configuración- pero que, posteriormente, por razones diversas que no interesa ahora considerar, fueron gradualmente perdiendo su impulso creador, permaneciendo intacto el ritmo de su trabajo, bajo el efecto del puro instinto a la actividad propio de una vitalidad más o menos abundante.

Tal actividad activista, que en cuanto hipertrofia del impulso de la actividad a costa de la insuficiencia de otras tendencias de mayor interés humano –particularmente la “transitivas”- manifiesta a la par que un desequilibrio del psiquismo, también un vicio moral (cuando es resultado de un comportamiento culpable), es un exponente importante del *ethos* de la persona contemporánea.

La persona dominada por una actitud *activista* se va haciendo gradualmente más incapaz para la necesaria dosis de inactividad –ocio, contemplación- necesaria en toda auténtica tarea creadora de valores. El activista se encuentra incapaz de estarse quieto –de forma que no constituya un puro descanso- en vistas a la reflexión serena, dueña de las posibles dependencias de la emotividad, y en vistas a otro quehacer de especial dignidad: la de trascender las virtualidades siempre limitadas de la propia individualidad, abriéndose al mundo cósmico, y al mundo personal de no-yo –humano y divino- como encuentro interpersonal inspirador de auténticos proyectos creadores.

El impulso a crear no solo debe ser diferenciado claramente del impulso a la actividad, como se acaba de hacer. Debe también evitarse confundirlo con una forma de manifestarse la *necesidad de estimación*. Esta tendencia constituye una de las principales entre las que actúan al servicio de la propia individualidad, mientras que la tendencia a crear, insistimos, se dirige a aportar algo que aumente el valor del mundo ajeno al yo. La verdadera tendencia a crear –tanto el impulso a la *configuración* como su variante inferior: el impulso al *rendimiento*- actúa prescindiendo de la necesidad de estimación y de un sano egoísmo. Normalmente la presencia inevitable de estos podrá contribuir a estimularla, pero, cuando aquella se manifiesta en su autenticidad, seguirá operando,

aunque ello le obligue al fracaso y contradicción de necesidades del yo individual.

Podemos citar también aquí a Lersch:

Cuando aludimos a la tendencia al rendimiento como variante del impulso a la creación, queremos decir que en ella se aspira al rendimiento por sí mismo, como aumento del valor del mundo. Esto debe ser puesto especialmente de relieve porque el rendimiento puede hallarse también al servicio de la necesidad de estimación. Hablamos en este caso de ambición de rendimiento, que no puede equipararse de ningún modo con la verdadera tendencia productiva. En la ambición de rendimiento la tendencia no acaba realmente en lo producido, sino que es flexionada hacia el yo individual. El rendimiento no es algo autónomo, no es un valor en sí, sino el medio para un fin. Toda ambición es, en el fondo, ambición de rendimiento, una tendencia a elevar el valor estimativo del yo individual por medio de la productividad (Lersch, o.c. p. 162).

La necesidad de estimación –dentro de su justa medida como tendencia al servicio del yo individual- provocará normalmente rendimientos objetivos y nuevos valores auténticos. Esto la diferenciará de su manifestación hipertrofiada, el ansia de notoriedad. Esta tratará por todos los cauces posibles –riquezas materiales, conocimientos culturales, etc.- de saciar su actitud de “no-poder-tener-jamás-bastante” respecto a la estimación ajena. Actitud alimentada constantemente por el descontento y la envidia.

Ahora bien, aún prescindiendo de los excesos del ansia de notoriedad, la actitud creadora de valores, inspirada fundamentalmente en la justa necesidad de estimación, no debe ser confundida –ni a nivel de tendencia, ni a nivel de actitud moral- con el comportamiento creador auténtico.

De modo análogo este puede ser confundido con otras tendencias del yo individual, aparte de la necesidad de estimación, a saber:

con el instinto de conservación individual, con el egoísmo, con el deseo de poder, con el deseo de autoestimación, etc.

Por mi parte, propongo la siguiente definición sobre la creatividad: *Entiendo por actitud creadora la que ejercita una persona que se caracteriza por la ausencia en ella de patrones permanentes e inflexibles de experiencia interna y de comportamiento. Y en las distintas áreas de su vida aporta productos que implican novedad, adaptabilidad, trascendencia (introducción de nuevos principios que desafían la tradición) y comunicación eficaz. Casi siempre implica la experiencia de un encuentro profundo intrapersonal e interpersonal.*

Indudablemente en toda vida creadora auténtica de valores podremos encontrar normalmente, en mayor o menor grado, la presencia de tales tendencias básicas del ser humano. Pero para que se realice auténticamente la actividad creadora –y más, si la consideramos a nivel de valor moral- nunca pasarán tales tendencias de constituir una simple fuerza coadyuvante. La genuina actividad creadora –de un científico, un artista, un político, un místico, un profeta, un médico, un abogado, etc.- estará dispuesta, siempre que sea preciso, a pagar el tributo de la contradicción de todos aquellos instintos del yo individual. En esas situaciones límites quedará especialmente confirmada la autenticidad de tal actitud creadora de valores. Aunque hay que reconocer que la falta de generosidad para pagar tan penoso tributo no invalidaría de por sí la validez de una pretendida actitud creativa.

Entre las manifestaciones bastardas de capacidad creativa de valores merece destacarse la que se mueve bajo el impulso del *afán vindicativo* y a la que ha dedicado interesantes análisis Max Scheler en su estudio sobre el resentimiento (vid. Scheler, 1958). En esta actitud éticamente negativa sitúa este autor una de las bases fundamentales del activismo de la persona moderna.

3. Finalidad original de estos escritos

Las cuestiones abordadas en este libro constituyeron, en el año 1977, partes de un proyecto de tesis doctoral en la Facultad de Filosofía de la Universidad de Barcelona. El catedrático Francisco Gomá, director de la tesis, se caracterizaba –a diferencia de otros- por su capacidad de lograr mantener relaciones respetuosas y amables con representantes de grupos de profesores de posiciones filosóficas adversarias: filósofos del lenguaje, marxistas, existencialistas, tomistas, etc. Pero esta capacidad “diplomática” del doctor Gomá enseguida comprendí que me iba a perjudicar. Me indicó que debía dedicar un capítulo a mostrar las aportaciones de Skinner, el psicólogo conductista más venerado en aquellos años. La razón de esta indicación se debía a la probabilidad de que en el tribunal en la presentación de mi tesis participase algún profesor de Psicología. Yo era consciente de que Skinner no podía aportar nada de interés para el tema de mi tesis. Además, adaptarme a esta demanda implicaría una conducta contradictoria respecto a lo expuesto en ella, por ejemplo, la incompatibilidad de una conducta creadora con una actitud “mercantilista” –según la denominación de Fromm- al priorizar el logro del “éxito”, del “quedar bien” contra la fidelidad a mi independencia en mis convicciones.

A partir de esta exigencia del profesor Gomá –planteada, ciertamente, con muy buena voluntad- acabé decidiendo aparcar la conclusión de esta tesis para el futuro. En cambio, ejercí la actitud creativa a base de concebir y fundar el Instituto Erich Fromm de Psicología Humanista (en colaboración con Ana Gimeno-Bayón); posteriormente denominado “de Psicoterapia Integradora Humanista”, tras estar creando, desde los años ochenta del siglo pasado, este nuevo modelo terapéutico; el primero de orientación existencial-humanista surgido en nuestro país.

Algunos contenidos de este trabajo influyeron, pasados los años –y cursada la carrera de Psicología, inexistente en la época en que cursé la de Filosofía- en la tesis doctoral de esa Facultad, defendida en la Universidad de Deusto, con el título *Efectividad de la actividad imaginaria en los cambios creativos del proceso psicoterapéu-*

tico, ante un tribunal presidido por la catedrática de Metodología científica María Teresa Anguera.

4. Cuestiones que se abordan en este libro

El autor no pretende ofrecer una exposición sistemática sobre Psicología y Ética de la creatividad, sino sobre una variedad de cuestiones que podrán ampliarse en el futuro.

Preguntas que se trata de responder son, principalmente, las siguientes:

1. ¿Cómo se ha abordado el tema de la creatividad en los diversos paradigmas y, en especial, en la Psicología Humanista?
2. ¿Qué psicólogos han contribuido a relacionar la Psicología con la Ética?
3. ¿Cómo se ha podido justificar la posibilidad de una Ética científica y no solo filosófica?
4. ¿Puede considerarse siempre como éticamente valiosa toda actitud creadora?
5. ¿Qué psicólogos pueden destacarse entre los que han podido justificar la eticidad del concepto psicológico de autorrealización?
6. ¿Cuáles pueden considerarse tres finalidades que justifican el carácter éticamente valioso de la creatividad? Y en especial ¿cómo puede justificarse que una de estas finalidades sea la autorrealización personal?
7. ¿Es necesaria la creatividad para ejercitar la actitud ética de la prudencia?
8. ¿Es necesaria la prudencia para un ejercicio ético de la creatividad?
9. ¿Cómo puede manifestarse el carácter psicológica y éticamente peligroso del ansia de crear?

10. ¿Cómo pueden influir perjudicialmente los tipos de psicopatologías según Karen Horney contra la creatividad laboral?

El autor es consciente de que si ha decidido prestar atención –como cuestión más concreta- a la experiencia creativa y ética del trabajo profesional; si se pretendiese ofrecer una exposición sistemática sobre el tema, debería haber dedicado capítulos a otras áreas o experiencias de la vida de no menor importancia, como p.e. el amor (de pareja, paterno o materno filial, de amistad, etc.), la vivencia de la ciudadanía y la política, el ocio humanizador, la experiencia de la cosmovisión que dé sentido a la vida, etc. Cualquiera de estas otras áreas de la vida pueden experimentarse a partir de una actitud creativa y ética, y merece la pena aspirar a ello. Pero, tal como se indicaba al principio, no se pretende aquí ofrecer un tratado sistemático, sino una selección de cuestiones sobre este tema. El autor se ha dedicado, desde hace años, a estudiar y publicar una selección de cuestiones sobre la creatividad. Asimismo, dentro de la experiencia de la psicoterapia, sobre: a) la *personalidad creadora*, como *producto* de una psicoterapia lograda; b) los requisitos para un *proceso creador* terapéutico; y c) sobre la importancia de una *situación creadora* en la terapia, a partir de la experiencia del encuentro profundo intrapersonal o interpersonal. Todo ello principalmente en el marco de la Psicoterapia Integradora Humanista.

Los capítulos de este libro fueron escritos entre los años 1975 y 1978. Pasados los años, al seguir considerándolos válidos, se ha visto procedente editarlos, dado el relieve que se concede a la creatividad en nuestro modelo psicoterapéutico, como en la mayoría de los integrados en el Movimiento de la Psicología Humanista.