

LOS ESPECTÁCULOS
POPULARES:

entre la TRADICIÓN y la
CREATIVIDAD
(la esencial labor de los
líderes)

LOS RITUALES COMO FORMA DE AFIANZAR LA IDENTIDAD SOCIAL

"El rito es un acto individual o colectivo que, aun cuando flexible a la improvisación y los cambios, se mantiene fiel a ciertas reglas pautadas o reiteraciones. La repetición es parte inseparable de la esencia misma del rito" (MAGRASSI, 1986:4)

Los rituales, en todo el mundo y en todos los tiempos, se sustentan en la repetición. Esta repetición de la que hablo es la que permite al ser humano, inseguro y conciente de su vulnerabilidad ante el tiempo y la vida misma, tomar fuerzas y reestablecer la seguridad y el equilibrio necesarios para continuar. Es por ello que la mayoría de los rituales son actos colectivos porque, en los mismos, el hombre supera su sentimiento de soledad individual, se autoafirma y afirma el sentimiento del "nosotros".

Todo lo que ocurre en un ritual se graba en el ser humano como *"juicios éticos, constituyendo ideas- fuerza"* (MAGRASSI, 1986: 4), es por ello que los rituales son uno de los factores que forman la llamada identidad social.

La pertenencia a un grupo y el orgullo de esa misma pertenencia es lo que sustenta al hombre para seguir su vida habitual, volviendo a la misma luego del ritual, con fuerza para seguir adelante, porque ya no está solo, el grupo lo protege. Este es uno de los importantes valores de la identidad social, que no olvida el pasado sino que se apoya fuertemente en él para continuar la historia.

Esta identidad de la que hablo se refiere al conjunto de apropiaciones de un grupo que lo hace distintivo del resto y que le otorga el orgullo de ser y de pertenecer a él. No es necesario pensar en rituales africanos ni tampoco en rituales indígenas para entenderlo. Pienso, por ejemplo, en los actos escolares que se repiten año a año. Temáticas presentes en cada región, que son inamovibles: los eternos y repetidos diálogos acerca de los logros del pueblos, de sus luchas, del valor de los antepasados que forjaron

este presente, de hazañas que "sólo un pueblo como éste, con gente como nosotros" pudo lograr; Y pensar que se crece viendo y escuchando esto desde los 4 y hasta los 18 años de edad y aún más. ¿No es esto una reiteración ritual que afianza y pone lacre a ciertos conceptos que devienen al fin en la idea de identidad nacional que se quiere lograr?

Esto es simbología, y es la que constituye la columna vertebral de cualquier evento popular tradicional. Los Símbolos de los que TURNER habla en sus análisis sobre los rituales. Los símbolos, básicamente, son representaciones que aluden a algo, lo representan y ayudan a traer a la mente el recuerdo de aquello que están evocando; "ya sea por la posesión de cualidades análogas, ya por la asociación de hecho o de pensamiento" (TURNER, 1966:02).

"El término ritual designa para "nosotros" (nativos y/o antropólogos) un conjunto de prácticas repetitivas, formalizadas, asociadas con las deidades u otras ficciones como la nación o el amor, de gran atractivo sensorial y (supuestamente) capaces de producir modificaciones permanentes o transitorias tanto en la posición social de los agentes como en su emotividad" (BLAZQUEZ, 2003)



LAS FIESTAS COMO MANIFESTACIÓN POPULAR

¿Cuál es la diferencia entre un ritual y una fiesta popular? En realidad la línea que separa los conceptos es muy delgada. Esto es porque las fiestas populares tienden a contener elementos rituales que las hacen identificatorias de una región o país en particular. Estos elementos rituales hacen de columna vertebral y les dan personalidad para que sean reconocidas a través del tiempo y a través de los pueblos o regiones.

*"La fiesta es un conjunto de rituales y símbolos."
(COLOMER, 1987: 15)*

"Se da el nombre de fiestas populares a complejos de actos rituales y de mera diversión (...) Los ritos son acciones, acompañadas o no de palabras, con forma y disposición fijas, finalidad distante (persiguen algo que no es su mera ejecución) y sentido trascendente..." (JACOVELLA, 1953: 03)

Tomo el concepto de fiesta popular de Jacovella porque creo que hay una contradicción en el mismo. Dice que las fiestas populares son "*de mera diversión*", pero a la vez dice que son "*complejos de actos rituales*". En la misma página incluye los ritos y dice que tienen "*finalidad distante y sentido trascendente*". ¿No hay aquí una contradicción? Si la fiesta es de mera diversión... ¿Por qué ha de contener finalidades y sentidos? ¿La mera diversión tiene, entonces, un sentido trascendente?

El problema es que la diversión es lo que experimenta el pueblo en las fiestas populares y, por otra parte, las finalidades y sentidos son objetivos que el pueblo quizás no pueda ver en el presente y que son promovidos, muchas veces, por ciertos grupos de personas o entidades (aunque esto se de en un principio y después la fiesta perdure y se mantenga sin necesidad explícita de motivación encausada).

Es por ello que las fiestas populares pueden ser dirigidas en pos de ciertos objetivos como pueden ser la formación de una identidad o la

invención de determinadas tradiciones. ¿A quién le interesan estos objetivos? Le interesan a la clase gobernante, a los tradicionalistas y a los empresarios. Los primeros pueden utilizar las fiestas populares con sus elementos rituales para formar la idea de Nación que desean construir o para distraer las atenciones ante conflictos o problemas de índole político.

"... es un momento de apaciguamiento de los conflictos sociales, condición sine qua non para el equilibrio social y la pervivencia del sistema." (COLOMER, 1987: 17)

Los tradicionalistas pueden utilizar las fiestas populares para que en el pueblo sigan vivas algunas costumbres, algunos elementos o algunas ideas que, según su modo de ver, tienen superioridad sobre las actuales por el hecho de provenir de un pasado mejor y, sin pensar a veces, reviven tradiciones que nada tienen que ver con el pueblo actual.

"El tradicionalista se manifiesta en plenitud cuando, después de aceptar la decadencia o la desaparición de cosas o actividades de antaño, toma por modelo a los diversos grupos sociales históricos que las animaron y se entrega a la empresa de vivificarlas en sí mismo y en su entorno." (VEGA, 1981: 08)

El tercer grupo de interesados que nombré anteriormente, son los empresarios. Las fiestas populares, por esta idea mística de su supervivencia en el mundo actual, son interesantes para el turismo a nivel internacional. Al sector empresarial le interesan en la medida en que son fuentes de progreso y de acrecentamiento patrimonial. También al oficialismo le beneficia en lo económico esta situación. Con el turismo en las fiestas populares ingresan más divisas a la región.

Por sobre los diferentes intereses que conviven para que una fiesta perdure, está el pueblo... que sigue concurriendo a las fiestas "por mera diversión" y porque le hace sentir orgullo de su identidad y pertenencia grupal. ¿El pueblo querrá saber, esta vez, de qué se trata?

La diferencia entre fiesta popular y ritual (diferencia que, a mi criterio, se convierte en complemento por todo lo expuesto anteriormente), puede reconocerse en la "forma" de manifestación. La fiesta por su mismo nombre y su naturaleza implica diversión, alegría y contagio, función por demás positiva pues rompe con la rutina e invita al placer catártico que ofrece el juego festivo: el valor lúdico de las fiestas es su mayor esencia.



LA TRADICIÓN. ENTRE LO LEGÍTIMO Y LO INVENTADO

En el gran entramado conceptual de las tradiciones, es fundamental mencionar los aportes de HOBBSAWN en el tema de la invención de la tradición. Para él, la tradición...

"Incluye tanto las tradiciones realmente inventadas, construidas y formalmente instituidas, como aquellas que emergen de un modo difícil de investigar, durante un período breve y medible, quizás durante unos pocos años, y se establecen con gran rapidez" (HOBBSAWN, 2002: 07).

Cuando leí este material sentí que no podía emitir una opinión al respecto porque no hallaba aún una definición certera de la tradición. Porque él habla de que la tradición inventada incluye prácticas de naturaleza simbólica o ritual y que, a partir de ellas, pueden inculcarse valores o normas de comportamiento. Esto, por medio de la repetición, inmediatamente nos da una continuidad con el pasado.

Bien, está claro el concepto, pero entonces... ¿Cuáles son las tradiciones genuinas de un pueblo y cuáles las inventadas? Esta pregunta puede contestarse sólo partiendo de la base de que existen y existieron alguna vez, tradiciones genuinas. El problema es que las tradiciones que nos han sido "vendidas" como genuinas, a veces no lo son tanto.

Quizás el problema de definir la tradición se halle en tomar la misma como algo que continúa inamovible desde el pasado hasta el presente. Tomando esta idea, toda tradición que no mantenga su origen en forma inalterable, no puede serlo. Pero pensar en un pueblo que no cambia, que no evoluciona, que no muta muchas veces o que no hace un viraje en su historia, sería pensar en falso.

Entonces, el tema de la tradición se consolida por el lado de que siempre vamos a tener arraigos tradicionales pero permanentemente

recreados a partir del aporte a la cultura de los individuos y de la sociedad. Depende del grado de recreación que haya de una tradición, para poder definir si la misma puede considerarse "genuina o espuria", términos usados por HANDLER y LINNEKIN en su artículo que, precisamente, se llama "Tradición, genuina o espuria". Ellos plantean el problema del fracaso de la tradición cuando se...

"... presume que un núcleo de ideas y costumbres inmutables siempre nos está siendo transmitido desde el pasado". (HANDLER Y LINNEKIN, 1984)

Coincido con los autores, pues nada puede ser transmitido desde el pasado sin pasar por el tamiz del tiempo y la historia de los hombres. Justamente el secreto y la magia de las tradiciones es que, aún pasando por ese tamiz, siguen siéndolo y siguen permaneciendo, con cambios y todo, en la memoria colectiva, formando parte de la identidad social. Pregunta clave ¿Cómo se logra?

Creo que la tradición utiliza diferentes medios para lograr este arraigo en el pueblo. El principal de todos ellos es la memoria simbólica del hombre, que permite (retomando el concepto de Turner) que con un solo símbolo que evoque la idea principal, ya pueda completarse en el pensamiento, la idea, el valor o lo que quiera recordarse. Si una tradición se modifica con el tiempo, se recrea, se desarma y vuelve a armar por la creatividad del hombre y su aporte cultural pero sigue manteniendo su esencia simbólica, esta tradición perdurará como tal. Por este motivo no es necesario plantearse si es genuina o espuria, porque es imposible que algo se mantenga inerte ante el paso del tiempo... y del hombre.

Refuerzo el concepto con la siguiente cita:

"... la noción de Sapir de lo genuino se refiere a la posibilidad de la creatividad. Las culturas genuinas proporcionan a los individuos tanto un rico corpus de formas

pre- establecidas (tradicionales) y con la posibilidad de cambiar libremente (1949:322) en intentos creativos que inevitablemente transformen estas formas. Para Sapir la cultura genuina tienen una cualidad dialéctica porque incluye las semillas de su propia transformación" (en HANDLER Y LINNEKIN, 1984).



EL ESPECTÁCULO DE LENGUAJES INTEGRADOS

LOS ESPECTÁCULOS POPULARES

(Un acercamiento a su historia y su actualidad)

En un principio la representación teatral surge de un afán del hombre primitivo por imitar a los animales que desea atrapar, con la firme creencia de que ello le traerá buenos augurios en la caza. Imitación y danza se vuelven uno para lograr este objetivo y con él, la dominación de la naturaleza, una naturaleza más fuerte que él mismo y sus deseos de alimentarse.

El primer exponente que hallamos en la historia sobre este género artístico de un modo más elaborado, es la existencia del creador teatral, representado por el hechicero o médico de la tribu y sus deseos primeros están centrados en celebrar los dioses, los héroes, los lugares, los hechos. Brecht dice que *"...aún si el teatro surgió del ritual, se volvió el teatro porque cesó de ser el ritual."* (BRECHT, En GROTOWSKI, 1989: 279). Y Jerzy Grotowski completa con: *"Cuando el ritual está hecho a la faz de lo divino, es ritual; Cuando en cambio está hecho "a la faz de los espectadores" es teatro (1989: 280).*

Aquí se manifiesta un fuerte totemismo y el pensamiento mágico que se sublima a través de los primeros rastros de lo que podemos llamar teatro. Pero todavía harían falta muchos siglos para el advenimiento de un teatro hecho "por placer".

"La línea tras la cual el rito se convierte en teatro comercial, y el drama por el bien de un espíritu en momerías pagadas por placer, es difícil de trazar" (MACGOWAN y MELNITZ, 1966: 19)

Pero, aunque esta línea sea difícil de trazar, sí sabemos que el primer indicio de un espectáculo de lenguajes integrados fueron las fiestas dionisiacas, en Atenas. En ellas se representaban episodios mitológicos a los que se les sumaba el canto y la danza. En Grecia nace la tragedia (género épico) en los siglos V y IV a. C., pero es en Roma donde pierde la

significación religiosa y cívica que le daban los griegos para transformarse en el "negocio del espectáculo" (MANE, 1977: 27) Es aquí donde se hace carne el "pan y circo" y el espectáculo, más que tener fines épicos y estéticos, tiene la finalidad de aplacar a la clase proletaria y divertir a la gobernante. Es el principio del pensamiento del espectáculo como un negocio rentable y no "por amor al arte"; aparece allí el empresario que organiza los eventos.

"Durante siglos, el teatro latino desapareció condenado por la Iglesia. Los actores se convirtieron en simples comediantes ambulantes: acróbatas, mimos, juglares, bardos y titiriteros... Este oscurantismo teatral de siglos se extendió hasta que la misma Iglesia retomó las posibilidades teatrales y comenzó a utilizarlas como medio de enseñanza de la Fe" (MANE, 1997: 29).

Luego, es en el Renacimiento donde resurge la sabiduría de los pueblos antiguos y el espectáculo vuelve a presentarse. Cervantes, Shakespeare, Molière, Dante, crean obras en las que se logra reunir diversas artes, haciendo un espectáculo teatral innovador, con escenografía, actores, músicos, bailarines, cantantes, etc.

A partir de la Revolución Francesa se producen cambios a todo nivel. Desde allí nos llegan los principios de las corrientes modernas. Comienzan a emerger grandes personalidades que dan su toque personal al teatro. Quizá quien marcó la gran revolución haya sido Stanislavsky. Su clave fue el experimentar, ver más allá, sin miedos al ridículo. Estaba convencido de que, en el experimento artístico, igual que en el científico, los pormenores nunca huelgan (TOLMACHEVA, 1992) y dedicó su vida a experimentar y anotar todo en un diario, al que adjuntaba no sólo experiencias sino reflexiones y pensamientos. Y así logró realizar una mirada introspectiva de este arte y quebrar los moldes existentes, dando comienzo a una nueva etapa en el teatro, más moderna, más audaz. Así, podríamos llamar vanguardia histórica... a cada uno de los movimientos innovadores surgidos desde 1880... Cada uno de estos movimientos, que se proponía destronar a

todos sus predecesores, estaba condenado a engrosar, tarde o temprano, las filas de las formas admitidas por la mayoría,... (SCHECHNER, 1997)

"De hecho, actualmente lo más novedoso de la vanguardia se inspira en las nuevas tecnologías [...] Estas innovan sin escandalizar" (SCHECHNER, 1997: 08)

¿El espectáculo artístico de lenguajes integrados es teatro de vanguardia? En un principio las vanguardias surgieron como rebelión a lo ya establecido y, consecuentemente, para alborotar al público tradicionalista. Creo que estos espectáculos no se subversionan contra lo ya instalado en el teatro, ni escandalizan a los espectadores por sus nuevos métodos de encarar la exhibición, sino que aportan a la cultura una nueva forma de ver el arte: como **un todo integrado en el cual cada lenguaje toma sentido sólo en esta integración.**

Los espectáculos de lenguajes integrados a los que hago referencia son los que tienen en sí mismos, la confluencia de los siguientes lenguajes:

- Teatro
- Danza
- Música
- Escenografía
- Vestuario
- Plástica (pintura, escultura)
- Tecnología: iluminación, sonido, efectos especiales.

Eventualmente, alguno de estos espectáculos se ve nutrido de imágenes proyectadas en pantallas. Según GONZALEZ Y NAVARRETE (2000) estos espectáculos serían "multimediales", pues hacen referencia a la búsqueda de una experiencia sensorial más completa en donde la imagen proyectada logra que el actor se manifieste en varios planos físicos.

Hoy en día, la mayoría de las fiestas populares, gracias a la globalización y al auge del turismo internacional y regional, se han

convertido en espectáculos multimediales. Algunos ya llevan la talla de mega espectáculos.

Entonces, me gusta este concepto de **espectáculo popular**. Digo "popular" por la cantidad de asistentes y la variedad de orígenes de los mismos, y porque estos espectáculos en su mayoría, comenzaron siendo simples fiestas populares. Y digo "espectáculo" por la modalidad que han adquirido y porque el público no tiene una participación totalmente protagónica, sino que el protagonista es el hecho artístico, el escenario, la integración de lenguajes, la majestuosidad tecnológica...



LA CREATIVIDAD Y SUS COMPONENTES

En esa incansable búsqueda del hombre por saber sobre sí mismo y sobre su naturaleza, es que se inician, a mediados del S. XIX, diversos acercamientos al estudio y conocimiento de la creatividad. La historia da sus primeros pasos en este campo con Galton (1869) y las investigaciones abordan la creatividad como una conjunción entre lo genético, lo hereditario y lo cultural.

Es así que comienza una larga carrera en un largo camino transitado por muchos y de muy diversas maneras, aunque siempre rondando en los mismos interrogantes: ¿Dónde surge la creatividad?, ¿Se nace o se hace creativo? ¿Ser creativo es ser superdotado?, ¿Cuáles son las características de un sujeto creativo?, ¿En qué parte del cerebro se aloja la creatividad?...

En esta real búsqueda de respuestas, muchos investigadores hicieron, en el siglo XX, verdaderos aportes a este campo: Torrance, Wallas, Guilford, Parnes, Adams, Marín, De la Torre, De prado, etc., formando diversas comunidades y líneas referentes al tema de la creatividad.

Algunos se detienen en la personalidad creativa y en el proceso creador (Torrance, Wallas y otros). Otros, en el concepto del pensamiento divergente, luego de que Guilford realizara el primer modelo teórico de la estructura del intelecto, disparador de la consolidación de una "*comunidad académica en creatividad y de la creación de la fundación mundial para la creatividad*" (GONZALEZ QUITIAN, En <http://procrea.virtualave.net/Home/procrea/Articulos.htm>). Luego, otros, tomando como base estos estudios, se dedican a la educación de la creatividad, como lo hace Meadow en 1959.

Lo que sí es indudable es que, el siglo XXI, encuentra la creatividad como eje central de nuevos paradigmas y, como toda estrella, la creatividad, es permanentemente puesta en tela de juicio o considerada en

la panacea. Inclusive parece irreal, pero aún no puede desprenderse de arraigados saberes populares en los cuales se la asocia a...

"El sentido común asocia, normalmente, la creatividad a las artes, sobre todo a las artes nuevas, como el diseño o la publicidad, lo que las relaciones públicas, la producción televisiva, el trabajo en diarios y revistas, tal como se refiere la edición de 1958 de Oxford's English Dictionary, para las profesiones clasificadas como creativas. También al misticismo, espiritualidad, y a los dominios oscuros de lo inexplicable..." (SOUSA, 2001: 12)

Según Graciela Aldana (1996) se pueden encontrar tres generaciones que trabajan sobre la creatividad:

La "primera ola" se ocupa de explorar los caminos de la mente, del pensamiento creativo y sus componentes. Lleva a la vanguardia a Guilford y Torrance. Guilford postula la diferencia entre pensamiento convergente y divergente y Torrance crea pruebas que permiten evaluar las habilidades del pensamiento creativo.

La "segunda ola" se basa en la aplicación de técnicas y estrategias para desarrollar la creatividad. Plantea una nueva forma de ver los problemas, tomándolos como desafíos u oportunidades. Sus exponentes principales son: de Bono, Prince y los investigadores del Centro de Solución Creativa de Problemas de la Universidad de Búffalo.

La "tercera y actual ola" se basa en la significación de la creatividad como estilo de vida, como una forma de ser y una permanente búsqueda de sentido: Vivir Creativo.

Respecto de esta generación voy a transcribir un pasaje de GRACIELA ALDANA pues lo considero fundamental para explicar a qué creatividad apunto:

"...ACTITUD CREATIVA: la capacidad de goce, el disfrute del proceso, la búsqueda de armonización entre las diferentes facetas de nuestra vida, la voluntad para clarificar nuestros nortes y la fortaleza para vivir coherentemente con eso que hemos descubierto, es el origen de la tercera generación. La principal obra de arte de la cual somos responsables es nuestra propia vida y nuestro principal reto es darnos a luz a nosotros mismos, o sea constituirnos como personas con una identidad que hemos luchado, que hemos trabajado en la medida que enfrentamos los problemas externos y en la medida que asumimos nuestra complejidad y diversidad interna." (ALDANA, 1996: 38)

¿Pero qué es la Creatividad?

"Crear en sentido humano y cultural es combinar los elementos de un producto cultural de un modo innovador, originando un producto, en buena medida, distinto del primitivo, y por lo tanto, original" (D. DE PRADO, 1987:14)

Según Saturnino de la Torre no es un concepto fácil de definir, pues atañe a la persona en su totalidad y toma en cuenta todos sus aspectos.

La definición de creatividad que a continuación transcribo, me resulta muy completa y, dada la cantidad de definiciones encontradas en diversos libros, he optado por la que pueda servir más a los objetivos de esta investigación.

"Actitud propia del hombre que le permite, a partir de un proceso de construcción personal, de acuerdo con circunstancias siempre especiales, en diálogo con diferentes elementos de la naturaleza y de la cultura, transformar el medio y su propia persona" (FADER, 2003: 21)

El pensamiento creativo se compone de diversas características que lo distinguen y lo hacen único. Diversos autores tratan de definir estas características, pero la mayoría de ellos (a partir de Guilford), se inclinan por puntualizar cuatro de ellas como las esenciales y las estructurales dentro de este pensamiento, a saber:

✓ FLUIDEZ: O la capacidad de generar o producir la mayor cantidad posible de ideas sobre un mismo tema, conflicto o problema. Esta capacidad es fundamental para poder contemplar todas o casi todas las posibilidades que una situación posee o contempla, a fin de elegir con libertad dentro del gran abanico de probabilidades surgidas. Aquí no cabe el mandato social: "más vale pájaro en mano que cien volando", aquí es conveniente tener cientos de pájaros aleteándonos la mente para conocerlos y luego, sí, elegir uno o varios para tener en la mano.

✓ FLEXIBILIDAD: Como la capacidad de posicionarse desde diferentes puntos de vista, aún cuando en este proceso, los objetivos personales puedan modificarse o truncarse. Por lo tanto, este proceso implica dejar de lado egoísmos e intereses personales, para no bloquear la posibilidad de ubicarse en otros roles. A la hora de hablar de respuestas flexibles se habla de respuestas de distinta naturaleza u origen, sin vinculación aparente para un mismo cuestionamiento.

✓ ORIGINALIDAD: Que da origen, poco común. Según Menchén Bellón (1998: 75) la persona que posee esta característica *"suele ofrecer soluciones hábiles, astutas y fuera de lo común"*.

✓ VIABILIDAD: O la capacidad de poder concretar una idea o proyecto imaginado. Con esa característica se cierra lo que yo llamo el "círculo creativo", pues culmina el proceso con la realización de lo que fue pensado. Luego de esta concreción, puede retomarse el círculo tomando como punto de partida algo que despertó otra idea, surgida del producto anterior y, en ese caso, estaríamos comenzando otro círculo creativo que se enlaza al

anterior y, así sucede en forma continua, enlazando y enlazando círculos creativos...

Y para mí...

La creatividad es el resultado de un modo especial de funcionamiento de los procesos mentales de la persona, y que la conduce hacia el logro de acciones y/o productos novedosos, originales y altamente valiables.

EL CÍRCULO CREATIVO

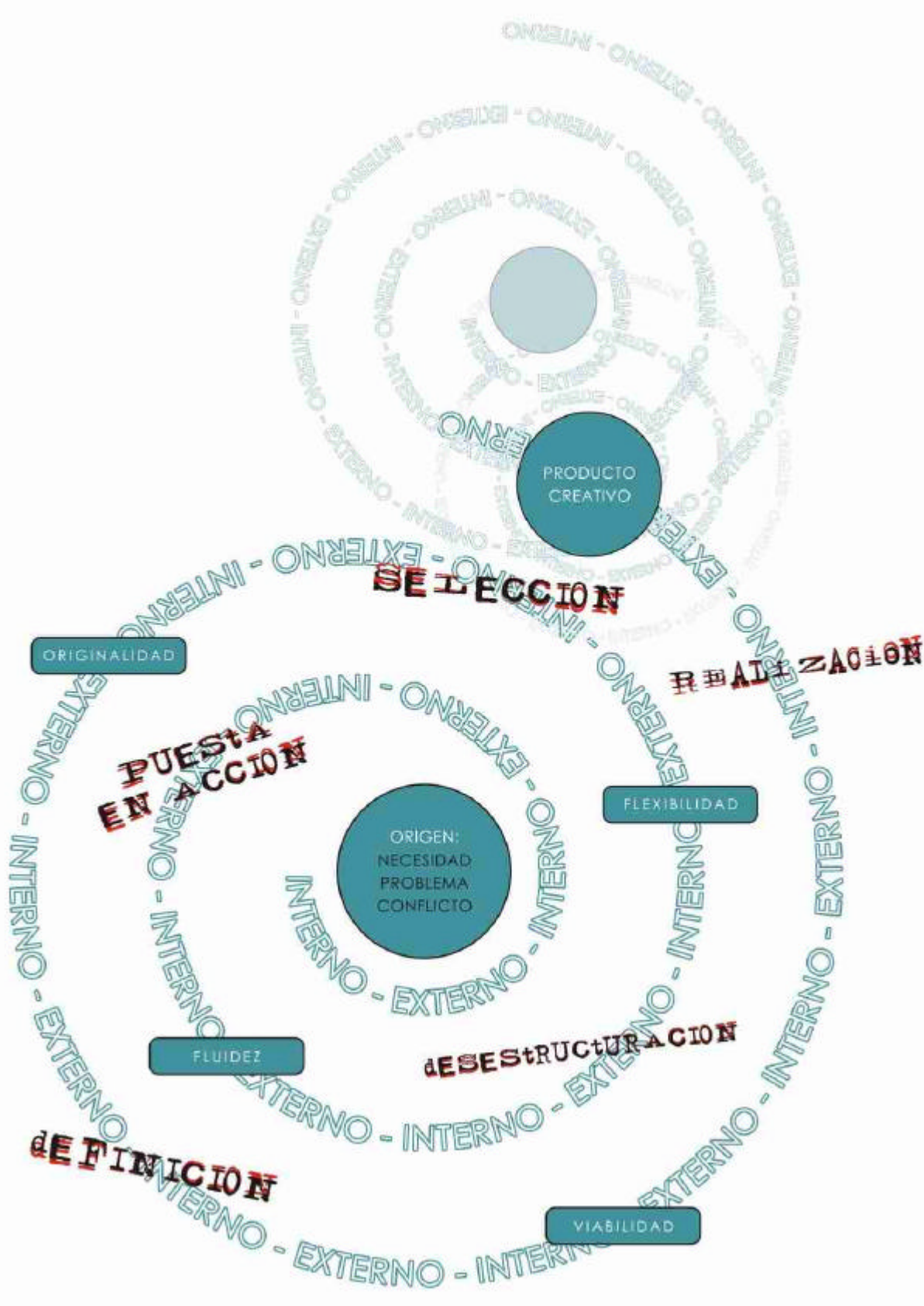
En el círculo creativo que antes mencioné trato de exponer cómo es el proceso creador, en cuanto a pasos o estadios, tomando como premisa los cuatro componentes del pensamiento creativo y enunciando características que, según algunos autores, los complementan:

de la Torre y Marín (1991:103) hablan de: elaboración, análisis, síntesis, apertura mental, comunicación, sensibilidad para los problemas, redefinición, nivel de inventiva.

Rodríguez Estrada (1985:60) menciona características de la personalidad creativa tales como: fineza de percepción, capacidad intuitiva, curiosidad intelectual, capacidad crítica, curiosidad, soltura, libertad, pasión, audacia, profundidad, tenacidad, tolerancia a la frustración, capacidad de decisión.

Aldana (1996: 41) agrega otras no menos importantes: sensibilidad entendida como capacidad de escuchar, tener la posibilidad de oírnos a nosotros mismos: nuestras intuiciones, miedos, sentimientos y pensamientos y acogerlos como punto de partida de nuestra propia creatividad. También como capacidad de captar los mensajes del otro, no de nuestros propios prejuicios, sino intentando comprender su mirada y su voz. Además agrega receptividad, permeabilidad a la experiencia, capacidad de sorprenderse, ver y oír más allá de lo obvio, motivación, autonomía intelectual, gusto por los problemas, capacidad de romper esquemas, sinergia interna, autonomía del objeto, comprender y administrar los procesos.

Para sintetizar mi percepción de la creatividad, concreto en el siguiente esquema los conceptos fundamentales que, a mi criterio, componen el fenómeno.



La entrada al círculo puede darse desde cualquiera de sus estadios, pero coloco en el estadio N°1 la NECESIDAD, el PROBLEMA o el CONFLICTO, porque cualquiera de los mismos actúan siempre como un estímulo para el pensamiento creador.

Me detengo en los tres conceptos:

- Necesidad: Es lo que no puede evitarse, por hacerse imprescindible para algún fin. Las necesidades están siempre mucho más ligadas al mundo interno del sujeto pues la mayor parte de ellas, tanto corporales como espirituales, surgen desde este interior. Cubiertas las necesidades primarias de subsistencia: alimentación, seguridad y abrigo, el hombre comienza a sentir otras necesidades que son de orden espiritual: necesidad de autorrealización, de aceptación en la sociedad, etc. Cualquiera sea el origen de la necesidad, el pensamiento creativo inicia el círculo en deseo de satisfacerla.

“... pirámide de necesidades diseñada por [Abraham H. Maslow](#). Según este autor, las necesidades del ser humano están jerarquizadas y escalonadas de forma tal que cuando quedan cubiertas las necesidades de un orden es cuando se empiezan a sentir las necesidades del orden superior.” (COLL, 2001: [En http://www.eumed.net/cursecon/2/necesidades_sociales.htm](http://www.eumed.net/cursecon/2/necesidades_sociales.htm))



- Problema: Surge como una perturbación del equilibrio mental de la persona. El pensamiento creativo trata de reponer ese equilibrio resolviendo el problema. Aquí se inicia el círculo creativo. Si esta resolución no es de fácil acceso, pueden aplicarse diversas técnicas de creatividad, entonces la persona realiza el recorrido y facilita la elaboración de posibles soluciones.

"Problema es algo que se interpone en el camino entre la realidad actual de una persona y lo que necesita o desea."
(RODRIGUEZ, En PORCAR, 2002: 20)

- Conflicto: Los conflictos son la lucha de partes por conseguir cada una un fin determinado y que se contraponen entre sí. El conflicto que puede iniciar el círculo creativo, es posible que no involucre a la propia persona, sino que este creativo ayude a resolver conflictos de otras personas u organizaciones.

"Divergencia percibida de intereses o creencias que hacen que las aspiraciones corrientes de las partes no puedan ser alcanzadas simultáneamente." (PRUITT y RUBIN, En PORCAR, 2002: 29)

Es así que la estimulación no siempre debe provenir de afuera: en el interior del creativo siempre hay motivos para estimular su pensamiento.

El segundo estadio del círculo es la FLUIDEZ. Una vez detectado el motivo por el cual el pensamiento pone en marcha el círculo, surge la fluidez de ideas como puesta en acción. El sujeto comienza a pensar muchas ideas con respecto al tema que quiere o debe resolver. Es importante no desechar ninguna de estas ideas, aunque en un principio puedan parecer absurdas o "fuera de lugar". Muchas veces, de las ideas más ilógicas, surgen luego posibilidades de creación.

El tercer estadio del círculo corresponde a la FLEXIBILIDAD. En el recorrido para llegar a ella es fundamental la desestructuración del

pensamiento. La flexibilidad permite al sujeto jugar con las categorías. Permite desarmar lo existente para armar de otras maneras. Todas las ideas surgidas por la fluidez de pensamiento, pueden ser imaginadas desde diferentes concepciones. Pensar libremente y sin preconceptos es la clave de este estadio. Todo es posible en el pensamiento del hombre. Las analogías y las metáforas son una gran herramienta a la hora de desmenuzar una idea y volverla a engendrar, pero con un nuevo formato.

Una vez que el pensamiento generó nuevas y variadas ideas, jugó con ellas y concibió otras, pasa al tercer estadio: la ORIGINALIDAD. En el mismo se comparan las ideas y se elige la idea más valiosa, la idea más original e innovadora. También la que el sujeto cree que es la que se adecua mejor en respuesta a la motivación primigenia.

Pero el círculo creativo no concluye con la elección de esta mejor idea, sino que aún queda el estadio en el cual el sujeto hará realidad su pensamiento creativo: la VIABILIDAD. Sin la concreción del proyecto en un producto real, el sujeto no cierra el círculo creativo y sus innovaciones quedan solamente en su interior, característica de los sujetos fantasiosos.

Una vez que la idea se hace realidad, se cierra el círculo... pero puede empalmarse con otro nuevo. Esto es así porque para el sujeto creativo, ese mismo producto puede servir de estimulación interna para otro proceso creativo.

EL PROCESO CREATIVO DE LOS LÍDERES QUE DIRIGEN O COORDINAN ESPECTÁCULOS POPULARES

El gran trabajo y el gran desafío de los líderes es, justamente, la confluencia. Confluencia entre las personas del equipo de trabajo, entre los artistas, entre el gobierno y sus ideas... pero ante todo, la confluencia de lenguajes que, siendo recreados de diferentes maneras, aportan un espectáculo en el que están presentes, siempre, elementos originales y elementos tradicionales.

"Crear, en sentido humano y cultural, es combinar elementos de un producto cultural de un modo innovador, originando un producto en buena medida, distinto del primitivo y, por lo tanto, original." (DE PRADO, 1987:14)

"Combinar elementos... de un modo innovador". Y entonces el espectáculo es un gran puzzle que puede armarse y desarmarse, con las mismas piezas siempre, pero formando otros paisajes...

El proceso creativo de los líderes está dado por su aptitud y su actitud para poder mover estas piezas, recreando siempre desde su original visión, un hecho artístico nuevo, pero que contenga todo los elementos de su historia natural. Un proceso difícil de llevar adelante, comprometido por su misma esencia, pero concebido como brillante oportunidad de poner al límite las capacidades creativas de la persona. Depende de la personalidad de cada líder tomar este desafío en forma responsable y dejar volar la intuición, la imaginación y el profesionalismo en cada proceso creativo de su puesta en escena.

Tomo un concepto que creo adecuado para explicar el proceso y el estilo de pensamiento...

"El Estilo Cognitivo se reconoce como las diferentes maneras tipológicas del ser humano para recibir, almacenar, procesar y confrontar información. Por definición cada estilo

cognitivo cumple con la característica de ser una modalidad de proceso especialmente adecuada para las exigencias del entorno..." (GONZALEZ, En POCAR, 2001: 63)

Cuando el Líder del espectáculo realiza una creación y se encuentra satisfecho con ella, puede generar desde allí, otras creaciones. Al elaborar cada parte del espectáculo, el sujeto encuentra nuevas motivaciones para los siguientes cuadros. Debido a que cada persona tiene un estilo de pensamiento (estilo cognitivo), esta cadena de motivaciones va a dar identidad a la puesta en escena. Este empalme de "círculos creativos" dará lugar a la creación de un "estilo" en la forma de dirigir el espectáculo, porque este empalme responderá a su estilo cognitivo de pensamiento. Si un Líder trabaja en este rol en varios eventos, se le reconocerá su estilo en el medio artístico, porque sus espectáculos tendrán ciertas formas de expresión que lo distinguen.

Precisamente el estilo creativo que se aplique de la puesta en escena es lo que le dará cierta peculiaridad y sello distintivo a cada Líder, quien debe estar conciente de esta realidad para poder encontrar las herramientas necesarias que lo ayuden a liberar su creatividad.

Si el Líder conoce que la realización del espectáculo es el reflejo de su estilo personal de pensamiento, puede detenerse en el trabajo creativo interno para facilitar la puesta en acción de esta creatividad. Así favorecerá no sólo al espectáculo en sí, sino también a todos los agentes que trabajan para el mismo.

Entonces... ¿Hay un parámetro o un eje por el cual guiarse? Sí, esta brújula debe ser siempre "el pueblo". El gran papel que juegan los guionistas y Líderes está dado por el gran compromiso social que asumen al tener en sus manos todo un acervo regional que puede continuarse o modificarse, al tener en sus puños la posibilidad de hacer de algo nuevo, algo innovador... ¿una tradición inventada? Y... esto puede pasar pues la memoria del espectador es bastante frágil y, pasados un par de años, algo que gustó una vez y se repitió en las siguientes fiestas, puede llegar a

tomarse como un clásico, como un elemento tradicional. Además, el turista que viene a ver la fiesta, quizás no sabe de la tradición regional y todo lo que vea en este espectáculo le quedará sellado en su mente: y así viajan por el mundo las tradiciones de los pueblos, genuinas o no.

Para el trabajo en equipo es de fundamental importancia que el Líder sepa claramente lo que desea lograr y cómo hará para lograrlo. Teniendo estos dos factores definidos, el equipo artístico relaja su actividad y se siente aliviado porque se apoya en el claro pensamiento de quien los convoca. Confía en el proceso creativo del Líder y puede dar rienda suelta al propio, con la total seguridad de que el trayecto artístico trazado corresponde a una meta cristalina que se divisa pronto y se vive en cada labor emprendida.

Este líder, esta persona que, aún conociendo dicha gema popular y, sabiendo de sus brillos enaltecedores y de sus opacidades defenestradoras, desea hacerse cargo del espectáculo popular, sabe que tiene una faraónica tarea por delante y todo un pueblo por detrás. Artistas, técnicos, críticos, escritores, vendedores y políticos le cargan en su enorme mochila, algunas ansiedades, algunas aspiraciones... y bastantes pujas.

¿Cómo podrá sobrellevar tanto crédito social?

"...En los limbos donde nace el espectáculo, en esa lenta organización donde se componen los lineamientos de la representación, donde la obra se perfila, donde el germen del drama trabaja misteriosamente, él vigila con paciencia, con discernimiento, con una singular ternura, los numerosos elementos dispersos que ha elegido y agrupado para animar la obra del autor, activando a unos y moderando a otros, según su pereza o vivacidad, pero dejando, sin embargo, la libertad necesaria a sus reacciones personales y a su vida, para encaminarlos suavemente hacia una composición cuya expresión definitiva aparecerá en su conjunción perfecta, ante el público... Este oficio se ejerce de un modo intuitivo, con detenimiento y premonición específicas, por medio de una

alquimia especial cuyos elementos de transmutación están hechos de palabras, gestos, colores, líneas, movimientos, ritmos y silencios [...] Jardinero de los espíritus, médico de los sentimientos, cronometrista de las palabras, partero de lo inarticulado, ingeniero de la imaginación, cocinero de los propósitos, Líder de las almas, rey del teatro y mucamo de la escena, prestidigitador o mago, conferencista, diplomático, economista, nodriza o Líder de orquesta, pintor y costurero, intransigente y oportunista, decidido y vacilante, se ha intentado definirlo cien veces, pero es indefinible, pues sus funciones son indefinidas..." (JOUVET, En TOLMACHEVA, 1992: 40)

Tomando este hermoso texto de Jouvét es que comienzo a transitar el maravilloso mundo de comprender la paciente y ardua labor de los Líderes, de los Directores de estos espectáculos; también utilicé el texto como motivador para la búsqueda de poder definir al Líder mismo, su esencia, su motor interno, su vuelo. Debo el eclecticismo de citas que ustedes leerán ahora a que, al tratar de definir al Líder Director, estoy definiendo a una persona que sea capaz de **dirigir un espectáculo que integre varios lenguajes artísticos**. Y entonces, ¿No debería esta persona amalgamar en sí mismo todo el talento, la identidad y el profesionalismo que ponen en juego los Líderes de cada una de las artes mencionadas? ¿No debería identificarse con cada uno y con todos a la vez?

"Director: Responsable de una puesta en escena; a él competen todas las responsabilidades que atañen a un hecho teatral: el orden, el funcionamiento de todos los elementos, elenco, escenografía, sonido, iluminación y demás recursos que se complementan. Es el que determina el estilo y la estética del espectáculo" (GONZÁLEZ Y NAVARRETE, sf)

"... El Director ha estudiado un texto, lo ha internado y madurado en sus propuestas, lo ha modificado según sus propias visiones y concepción cinematográfica, ha definido ámbitos, atmósferas, profundizando los personajes y psicologías, pero cuando estos personajes cobran vida, tienen

rostro, respiran y se mueven en relación directa con otros elementos y personajes, suelen surgir exigencias nuevas que a menudo nada tienen que ver con lo meramente formal o técnico. El gesto imprevisto nacido de la inspiración de un intérprete, una voz, un escenario inesperado, un incidente cualquiera pueden ser estímulos que motoricen el proceso creador, pero este es siempre interior, individual y único. El Líder los resuelve en su interioridad y los manifiesta en la realización según su sensibilidad." (MUGICA, 1989: 22)

"La función del Director de orquesta no consiste sólo en dar las correspondientes entradas a los músicos a fin de realizar una lectura coherente y ajustada, o la de mantener el tempo apropiado a cada momento, sino que su misión principal es la de "interpretar" la obra en todo sentido del concepto; esto es, dar de ella su propia visión, que puede ser más o menos subjetiva, analítica o histórica." (MM OCÉANO GRUPO EDITORIAL, 1999:171)

"Es un individuo de presencia imperiosa, dignidad infinita, memoria fabulosa, amplia experiencia, temperamento intenso y sabiduría serena [...] Es muchas cosas: músico, administrador, ejecutivo, ministro, psicólogo, técnico, filósofo y a veces, colérico [...] es instintivamente un actor... Ante todo, es un jefe de hombres. Sus súbditos lo miran en busca de guía. Es simultáneamente una imagen del padre, el gran proveedor, la fuente de inspiración, el Maestro que lo sabe todo. Afirmar que es una gran fuerza moral tal vez no sea exagerado... es, o debería ser, uno con su orquesta..." (SCHONBERG, 1990: 16)

En estas descripciones veo claramente que hay varios puntos convergentes, varios conceptos que se repiten de una u otra manera, contribuyendo a dar la definición que busco. Los puntos convergentes son, por ejemplo, la fuerza espiritual y la motivación constante que los Líderes tienen sobre los diferentes actores intervinientes en el espectáculo, su propia visión artística hecha realidad en la puesta en escena, su gran sensibilidad y su mundo artístico.

Por todo lo expuesto, **EL LÍDER** que dirija un espectáculo popular, a mi criterio, debe ser una...

Persona que, desde una visión personal y compartida de la realidad, su preparación profesional y su sensibilidad artística, logra fusionar lenguajes y tecnología en un espectáculo de estilo particular, con el objetivo de brindar una experiencia sensorio-afectiva basada en ritos y tradiciones regionales y nacionales. Su perfil se relaciona con el de un líder que convoca adhesión y entusiasmo y que está en una actitud abierta para responder creativamente a los desafíos que implica cada aspecto de la puesta en escena.

Veamos entonces a qué me refiero y hacia donde apunto en cada uno de los conceptos utilizados.

✓ **"...desde una visión personal y compartida de la realidad..."**: El Líder de un espectáculo artístico debe dejar traslucir en cada uno de sus actos y en la obra acabada un "sello" personal que lo caracterice. Este sello hará de su producción una obra original que sólo dependerá de cómo perciba él, la realidad circundante. Así podrá recrear épocas, estilos y autores con una novedosa visión. Pero el Líder no está solo. La visión propia de la realidad se debe complementar con las visiones que de ella tengan, cada uno de los miembros de su equipo artístico. Complementando ambas es como se puede lograr la verdadera armonía del trabajo en grupo.

✓ **"... su preparación profesional..."**: El Líder debe tener conocimientos de todos los lenguajes que está haciendo intervenir en el espectáculo. Molière dice *"La gente de calidad lo sabe todo sin haber estudiado nada"* (En WAGNER, 1972: 29) Contrariamente a esto, sostengo que se aumenta la calidad si se aumenta la formación profesional del Líder. Si éste conoce, por ejemplo, técnicas actorales por haber actuado, técnicas de ejecución por saber tocar aunque sea un instrumento musical, posibilidades plásticas por

haberse "ensuciado" las manos haciendo una escenografía, es mayor la probabilidad de que pueda comprender y comprometerse con cada lenguaje, conociendo posibilidades y limitaciones de cada uno. Es por ello de gran trascendencia que su preparación profesional sea de alta calidad. Solamente entendiendo los lenguajes que desea mixturar, es como podrá integrarlos en total armonía. Pero no sólo debe prepararse en este aspecto, sino que su preparación profesional debe incluir arte, liderazgo, creatividad, economía, gestión cultural, administración y ciencias sociales. Al emprender la ardua tarea de dirigir el espectáculo, el Líder debe conocer de manifestaciones populares y de lo que ellas implican. No basta con saber de libretos y de danzas. Debe educarse para cada faceta que refleja luz en ese brillante popular. Este manejo de lenguajes y conocimientos, dará al Líder un vasto mundo interior, que se verá reflejado sin dudas en un producto artístico creativo.

✓ **"...sensibilidad artística..."**: ¿Qué es ser sensible? Según el Diccionario Larousse (1999) sensible es la persona "que se impresiona ante los placeres estéticos". Por consiguiente, esta persona debe ser capaz de sentir en sus entrañas y a "flor de piel", todas las sensaciones que le surgen de admirar una obra artística, ser consciente de esas sensaciones y poder comunicarlas. Sólo logrando esto es que puede dirigir un espectáculo y poder gozar de su realización, impresionándose con cada logro obtenido y encaminándose hacia las sensaciones de los espectadores.

"El Líder que dispone del oficio sabe que debe preparar los elementos de la acción, que debe hacer el montaje en la percepción de los espectadores; quiero decir que es un trabajo premeditado. Cada elemento debe atacar a la percepción de los espectadores. En apariencia el espectáculo está sobre la escena, aunque en realidad se desarrolla en la percepción del espectador [...] Y esto es el fundamento de la puesta en escena." (GROTOWSKI, 1989: 281)

✓ **"...fusionar lenguajes y tecnología en un espectáculo..."**: La palabra fusionar supone la fundición de cosas, en un todo acabado. Si el

Líder Director logra fundir en un solo espectáculo toda la magia y las aptitudes que cada lenguaje artístico y cada posibilidad tecnológica le brindan, logra un espectáculo en total armonía. Esta armonía para el espectador se traduce en una **experiencia sensorio- afectiva** en la cual percibe al hecho artístico como un todo, incapaz de ser desfragmentado. De esta manera el espectador no puede romper esa fusión y recibe en cuerpo y alma la propuesta artística. El hecho artístico irrumpe en la calma de los asistentes al espectáculo como un todo acabado, no siendo un conjunto de lenguajes, sino un producto creativo completo y total.

✓ **"... basada en ritos y tradiciones regionales y nacionales..."**: La capacitación del Líder en cuanto a estos tres temas es esencial. Un Líder no puede desconocer el origen y la materia prima de lo que esta creando. Esto se trata de respetar al pueblo y a sus tradiciones. "No vender espejitos de colores" a la gente que espera ver un espectáculo que lo identifique, no engañar al turista haciéndole saber sobre identidades inexistentes. Como las Fiestas han adquirido presencia internacional, el Líder puede incluir en ella tradiciones nacionales, pero debe dejar muy claro la diferencia entre éstas y las tradiciones regionales. En esto no debe haber fusión engañosa, ni mentira piadosa. Si el Líder conoce que, por medio de este espectáculo, se están recreando tradiciones y el pueblo encuentra su identidad, podrá saber la medida del compromiso asumido y la influencia que es capaz de ejercer sobre cada persona que se siente a disfrutar de su fiesta.

✓ **Su perfil se relaciona con el de un líder que convoca adhesión y entusiasmo..."**: Utilizo la palabra **Líder** porque considero que la persona que está al frente y en la coordinación de tantos agentes, debe ser una persona que tenga mucho de líder en su personalidad. Tomo el concepto de Blejmar, Niremberg y Perrone: "Liderazgo Transformador":

"... función requerida para impulsar, producir y consolidar cambios sociales u organizaciones, enfrentar los problemas y facilitar soluciones que requieren de acciones colectivas [...] Se considera que las aptitudes y capacidades para el liderazgo pueden ser aprendidas o adquiridas mediante

la capacitación y/o el ejercicio de rol, por lo tanto no se trata de una cuestión exclusivamente "innata", si bien las características personales pueden contribuir a un mejor desempeño."(1997: 01)

Graciela Aldana lo llama Liderazgo para el Cambio. También circula el concepto Liderazgo Creativo. En cualquiera de las tres concepciones, la palabra liderazgo se construye permanentemente en la acción, en comunión con el grupo o equipo de trabajo. El líder reinventa su función en cada desafío emprendido y debido a esto es que debe formarse como tal, a fin de poder ver todas las posibilidades y exigencias que su rol le ofrece. Esta formación en liderazgo supone el trabajo sobre los siguientes aspectos integrales de la persona:

"Responsabilidad, creatividad, respeto por el otro, reconocimiento de valores democráticos, alta autoestima que no bloquee el compartir acciones, liderar en solidaridad [...] Persona generosa, dúctil, abierta al cambio, capaz de valorar el pasado y el proceso de transformación logrado, visionista de un futuro, capaz de comunicarse para recibir y brindar, aprender y enseñar [...] Requiere su compromiso con la gente de su tiempo y su espacio, su liderazgo para que los espacios propios no colisionen con los ajenos, animarse a sentir a arriesgarse, a armonizar las distintas variables, a arribar a la innovación y el cambio..." (FADER, 2003: Documento de cátedra)

El Líder debe procurar ante todo que haya un muy buen feed- back o retroalimentación, pues se hace necesario conocer, medir, evaluar efectos y convertirlos en información útil, a fin de modificar actividades, metas y objetivos futuros (PEREZ MARTÍN, 1996: 14). En todo momento de la organización y el montaje atiende a toda la información que le proporcionan los agentes, ya sea en forma explícita o no: hay muchas conductas y actitudes que dejan entrever conflictos y hay que estar atento a ellas. Y entonces deducimos que el Líder es un gran mediador en todo momento del montaje (otra característica del líder creativo). Tomo otras palabras de

PEREZ MARTÍN (1996: 23), las cuales definen muy bien la función de gestión, para la cual deben darse tres condiciones:

- *Conocimiento pleno del objetivo del proyecto emprendido.*
- *Capacidad de organizar los recursos disponibles sobre la base de un plan de producción.*
- *Capacidad de controlar y modificar el proyecto original para conseguir el objetivo con mayor eficacia, o sea, vigilando siempre la relación resultados/costes.*

El Líder General del espectáculo popular debe convocar, necesariamente, adhesión y entusiasmo. De esta manera los agentes intervinientes en la puesta en escena, experimentarán la alegría de trabajar en un producto artístico en cuya concepción se ha vivido la armonía y la tranquilidad de ser sostenidos y convocados por un líder que contagia entusiasmo, trabajo responsable y sobre todo... libertad.

✓ **"... está en una actitud abierta para responder creativamente a los desafíos que implica cada aspecto de la puesta en escena."**: El Líder no puede desconocer el funcionamiento del pensamiento creativo, pues conociéndolo es como lo facilita y logra el desarrollo y no solamente del propio, sino del de su equipo. También conociendo las técnicas de creatividad es como podría ayudar y ayudarse en las innovaciones, las creaciones y los cambios.

La formación en creatividad de los Líderes, sería medular en la optimización de las puestas en escena. Para que los espectáculos populares sean creativos, aún conservando la identidad del pueblo que la reclama pero considerando toda clase de innovaciones, se hace necesario formar a los actores que operan en el mismo.

La creatividad ofrece innumerables herramientas y posibilidades para que el espectáculo sea una oportunidad de crecimiento personal de todo el equipo que lo realiza y una oportunidad de contribuir a la cultura como

transformación del medio en el que se vive. También como aporte a la gran labor de adentrarse en la percepción del espectador, cambiando ciertas concepciones anquilosadas, que también lo están en la crítica de prensa, quien debiera preguntarse cada año qué espera ver en los espectáculos populares.

Para el Líder, la creatividad puede ofrecer facilitadores que, no sólo lo ayuden en la labor, sino que le permitan un descanso físico y mental, ya que fomentan y refuerzan el comportamiento creativo (PORCAR, 2001:49) Recreo del libro de la Mgter. Marisa Porcar (Los procesos del Pensamiento Creativo), los facilitadores que plantea la creatividad y que puede tomar el Líder del espectáculo para desarrollar el potencial creativo propio y el de su equipo. También recreo los inhibidores, para que sean tomados en cuenta como contraposición del proceso creativo, como factores que pueden limitarlo.

FACILITADORES	INHIBIDORES
<ul style="list-style-type: none"> • Libertad para emprender la labor, tomar decisiones y autoevaluarse. 	<ul style="list-style-type: none"> • Miradas y evaluaciones destructivas • Restricción de roles • Decisiones ajenas y condicionantes
<ul style="list-style-type: none"> • Estimulación, reconocimiento de las buenas ideas, verdadero trabajo en equipo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Envidia, rechazo de los puntos de vista, desvalorización del trabajo.
<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo necesario para pensar y "dejar salir" diversas variables, posibilidades y consecuencias probables. 	<ul style="list-style-type: none"> • Rigidez en tiempos impuestos de trabajo. Presiones y urgencias que precipitan los resultados.
<ul style="list-style-type: none"> • Clima de respeto, de cálido humor, relajado, de comportamiento maduro, con control de impulsos, tolerancia y confianza. 	<ul style="list-style-type: none"> • Clima de soberbia que provoca desconfianza, apatía, agresividad.

<ul style="list-style-type: none"> • Discusión y diálogo abierto y sincero. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incomunicación que conlleva acatamiento de órdenes.
--	---


























Para el Líder es muy alentador que la conducción del Gobierno de turno encargada de llevar adelante el evento tenga para con él un trato personal que facilite su capacidad de creación. Que esta conducción le facilite, por medio las conductas detalladas en el anterior cuadro, el trabajo de dirección artística. A su vez el equipo que trabaja para lograr el espectáculo debe recibir, por parte Líder del mismo, este clima que allane su trayecto en la creación de cada sector del hecho artístico. El Líder debe tener en cuenta cuáles son los inhibidores, a fin de ser consciente de lo que pueda provocar el clima logrado para el trabajo.

“La creatividad, motor de la cultura, es multidimensional porque atañe a la persona toda como ser único, con su querer para generar ideas nuevas y buscar procedimientos y mecanismos que las hagan realidad. Pero también lo es porque la cultura, como el hombre que la genera, es un hecho social y hombre y comunidad, se nutren, generan y transforman la sociedad, creatividad mediante. [...] Pensamos que el desarrollo de la creatividad como actitud, como aptitud, como derecho inalienable de las personas y los pueblos, atañe tanto a la educación como al desarrollo de cualquier otra competencia y es por ello que los programas educativos debieran estar embuidos de una pedagogía en creatividad.” (KEMELMAJER, En ALBARRACÍN y KEMELMAJER, 2001:92)


El paradigma de la creatividad, para la persona que desee adentrarse en la excelentísima labor de dirigir este particular espectáculo, puede ser el motor del desafío y el sustento que pueda ofrecer un peculiar estilo de pensamiento.

Pensamiento creativo que sea reflejado en un nuevo estilo de representación del pueblo mismo.


BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

-  ALBARRACÍN, Delia y KEMELMAJER, Jovita (2003). Epistemología de la **Creatividad**, Mendoza, EFE, 120p.
-  ALDANA DE CONDE, Graciela (1996). **La travesía creativa. Asumiendo las riendas del cambio**, Colombia, Creatividad e Innovación Ediciones, 325p.
-  APARICI, Roberto... (et al.). (1996) **La revolución de los medios audiovisuales: educación y nuevas tecnologías**, Madrid, Ediciones De La Torre, 462p.
-  ARIETI, Silvano (1993). **La creatividad. La síntesis mágica**, México, Fondo de Cultura Económica, 394p.
-  BAEUDOT, Alain (1980). **La creatividad**, Madrid, Narcea S.A. de Ediciones, 256p.
-  BLAZQUEZ, Gustavo Alejandro (1997). **El sol del 25 viene asomando. Rituales escolares y construcción de la nación. Un análisis de caso: Córdoba 1995**, Publicación del área de Ciencias Sociales, UNC11-19
-  BLEJMAR, Bernardo, NIREMBERG, Olga y PERRONE, Néstor (1997). La Juventud y el liderazgo transformador, Buenos Aires, Centro de Publicaciones Educativas y Material Didáctico, Año 9, N° 85, Pág. 108.
-  BOHM, David y PEAT, David (1988). **Ciencia, orden y creatividad**, Barcelona, Editorial Kairós.
-  CAREY, Bernardo y otros (sf). **Los rabdomantes**, Buenos Aires, USAL, 427 p.
-  CEBALLOS, Edgar (coordinador) (1992). **Principios de dirección escénica**, México, Grupo Ed. Gaceta SA, 670p.
-  COLOMER, J. (1987). **Fiesta y escuela. Recursos para las fiestas populares**, Barcelona, Colección El Lápiz, Edit. Graó, 86p.
-  COLUCCIO, Félix (1992). **Fiestas y celebraciones de la República Argentina**, 3ª ed., Buenos Aires, Editorial Plus Ultra, 391p.
-  DE PRADO DIEZ, David (2001). **365 Creativaciones**, Santiago de Compostela, Creación Integral S.L., 283p.
-  DE PRADO DIEZ, David (2001). **Analogía inusual**, Santiago de Compostela, Creación Integral S.L., 159p.
-  DE LA TORRE, Saturnino (1991). **Evaluación de la creatividad**, Madrid, Editorial Escuela Española, 176p.
-  DOAT, Jan (1961). **Teatro y Público**, Buenos Aires, Cía. General Fabril Editora, 194p.
-  ECO, Humberto (1990). **La definición del arte**, Barcelona, Ediciones Martínez Roca, 285p.
-  EISENSTEIN, Sergio M. (1955). **El sentido del cine**, Buenos Aires, Ed. La Reja, 220p.
-  FADER, Rosa María (2003). **Creatividad y expresión musical**, Mendoza, Editorial Facultad de Educación Elemental y Especial, 82p.
-  FADER, Rosa María (2003), Documento de Cátedra Liderazgo y Dinámica Comunicacional, Ciclo de Licenciatura en Creatividad Educativa, FEEyE, UNCuyo.
-  FOLLARI, Roberto (1998). **Lo epistemológico y las ciencias**, Buenos Aires, Editorial EDIUNC, 57p.
-  FINE, Gary Alan (1989). **El proceso de la tradición. Modelos culturales de cambio y contenido**, Aparecido en Comparative Social Research, Vol. 11, Pág. 236- 277, traducido por la cátedra de Folklore General de la Universidad de Buenos Aires.
-  GOLEMAN, Daniel, KAUFMAN, Paul y RAY, Michel (2000). **El espíritu creativo**, Buenos Aires, Vergara Editor, 215p.
-  GUTIÉRREZ MARTÍN, Alfonso (1997). **Educación multimedia y nuevas tecnologías**, Madrid, De la Torre, 286p.
-  HANDLER, Richard y LINNEKIN, Jocelyn (1984). **Tradición, genuina o espuria**, Journal American Folklore, Vol. 94, N° 385; traducido por la cátedra de Folklore General de la Universidad de Buenos Aires.


-  HARRINGTON, H. James, HOFFER, Glen D. y REID, Robert P. Jr. (2000). **Herramientas para la creatividad**, Colombia, McGraw - Hill, 190p.
-  HOBBSAWN, Eric y RANGER, Terence Eds. (2002). **La invención de la tradición**. Barcelona, Editorial Crítica, 318p.
-  HOBBSAWN, Eric (2000). **Naciones y Nacionalismo desde 1780**, Barcelona, Ed. Crítica, 212p.
-  HORVÁTHOVÁ, Emília (1988). **La tradición como un conjunto de problemas teórico- metodológicos**, en Ethnologia Slavica N°20, Bratislava, Checoslovaquia, 68p.
-  JACOVELLA, Bruno C. (1953). **Fiestas tradicionales argentinas**, Buenos Aires, Lajouane, 71p.
-  KEMELMAJER ROITMAN, Jovita (2001). **Creatividad y movimiento expresivo**, Mendoza, Editorial Facultad de Educación Elemental y Especial, 84p.
-  KOTTAK, Conrad Phillip (1994). **Antropología, una exploración de la diversidad humana**, 6ª ed., Madrid, Mac Graw Hill, 536p.
-  MACCGOWAN, Kenneth y MELNITZ, William (1966). **La escena viviente**, Buenos Aires, Editora Universal de Buenos Aires, 529p.
-  MAGRASSI, Guillermo E. (1986). **Mito, magia y tradición**, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina, 20p.
-  MANE, Bernardo (1977). **Creación y técnica del espectáculo infantil**, Buenos Aires, Latina, 214p.
-  MARÍN, Ricardo y DE LA TORRE, Saturnino (1991). **Manual de la creatividad**, España, Ediciones Vicens Vivens, 519p.
-  MENCHÓN BELLÓN, Francisco (1991). **Descubrir la creatividad. Desaprender para volver a aprender**, Madrid, Ediciones Pirámide, 208p.
-  MM OCEANO GRUPO EDITORIAL (1999). **El mundo de la música: grandes autores y grandes obras**, Barcelona, Océano, 412 p.
-  MUGICA, René (1989). **En el principio fue la imagen**, Buenos Aires, EUDEBA, 136 p.
-  OLIVEN, Ruben George (1999) **Nación y modernidad. La reinención de la identidad gaúcha en el Brasil**, Buenos Aires, Editorial Eudeba, 150p.
-  PEÑA DEL SOL, Pedro (1980). **Introducción a la técnica escenográfica**, La Habana, Ed. Pueblo y Educación, 200p.
-  PEREZ MARTÍN, Miguel Ángel (1996). **Técnicas de organización y gestión aplicadas al teatro y al espectáculo**, Salamanca, Gráfica Varona, 69p.
-  POPKEWITZ, Thomas (1984). **Metodología de las Ciencias Sociales. Paradigma e ideología en Investigación Educativa**, España, Mondadori, documento de cátedra Metodología de la Investigación en Creatividad.
-  PORCAR, María Luisa (2002). **Solución creativa de problemas**, Mendoza, Editorial Facultad de Educación Elemental y Especial, 212p.
-  PORCAR, María Luisa y SOLER, Mónica (2001). **Los procesos del pensamiento creativo**, Mendoza, Editorial Facultad de Educación Elemental y Especial, 210p.
-  PRADO BELGRANO, María R. (1997). **La magia del teatro**, Buenos Aires, Plus Ultra, 63p.
-  RANGANATH, H.K. (1980). **Los espectáculos populares como medio de fomentar el desarrollo nacional**, Bilbao, UNESCO, 64p.
-  RODRIGUEZ ESTRADA, Mauro (1985). **Manual de creatividad. Los procesos psíquicos y el desarrollo**, México, Ed. Trillas, 137p.
-  RODRIGUEZ ESTRADA, Mauro (1995). **Psicología de la creatividad**, México, Ed. Pax México, 190p.
-  RODRIGUEZ GOMEZ, Gregorio, GIL FLORES, Javier y GARCÍA GIMENEZ, Eduardo (1999). **Metodología de la Investigación cualitativa**, Málaga, Editorial Aljibe, 150p.


 SALAS DE LECUNA, Yolanda (1987). **Bolívar y la historia en la conciencia popular**, Univ. Simón Bolívar, Instituto de altos Estudios de Aca. Latina, Edit. Avila, 271p.

 SAKHAROFF, Alejandro (1949). **Reflexiones sobre la danza y la música**, Buenos Aires, EMECÉ, 91p.

 SCHECHNER, Richard. **El teatro en la encrucijada**, En Revista del correo de la Unesco, París, Maury, Nov. 1997, Año L, p. 6- 11

 SCHONBERG, Harold C. (1990). **Los grandes directores**, Buenos Aires, Vergara, 324 p.


 SHALLCROSS, Doris J. (2001). **Intuición**, Santiago de Compostela, Creación Integral S.L., 81p.


 STAHL, Leroy (1968). **Producción teatral**, México, Pax México, 227p.

 TOLMACHEVA, Galina (1992). **Creadores del teatro moderno**, Mendoza, EDIUNC, 318 p.

 TORRES, María Laura (2004). **Mendoza festeja su vino nuevo**. Mendoza. Manuscrito de la autora.

 TURNER, Víctor (1999). **La selva de los Símbolos**, Argentina, Siglo veintiuno Editores, 470p.

 VEGA, Carlos (1981) **Apuntes para la historia del movimiento tradicionalista Argentino** Buenos Aires, Instituto Nacional de Musicología "Carlos Vega", 161p.


 WAGNER, Fernando (1972). **La televisión. Técnica y expresión dramática**, Barcelona, Ed. Labor, 175p.

Sitios Web consultados

 <http://procrea.virtualave.net/Home/procrea/Articulos.htm>

 revistapolis.cl/3/vessuri3.doc

 <http://sid.uncu.edu.ar>

 Martínez Coll, Juan Carlos (2001): "Las necesidades sociales y la pirámide de Maslow" en La [Economía de Mercado, virtudes e inconvenientes](http://www.eumed.net/coursecon/2/necesidades_sociales.htm) http://www.eumed.net/coursecon/2/necesidades_sociales.htm

 Todas las ilustraciones han sido extraídas del buscador Google imágenes, a modo de ejemplo. Este artículo no está en venta ni persigue lucro alguno. Por lo tanto me he permitido utilizarlas.