

Hablando de creatividad

Mtro. Mario A. Grajales Leal
Universidad La Salle Cancún
E-mail: sincronia@prodigy.net.mx

Recibido: Noviembre 3, 2010, Aceptado: Noviembre 18, 2010

Resumen

Crear es un don exclusivo de dioses, fuera de nuestro alcance. Entendemos por creativo: originalidad, distinción y sorpresa. Lo original y distinto puede resumirse en lo extraordinario, que depende siempre del contexto en que se da la respuesta creativa aunado al comportamiento de las distintas sociedades del planeta.

Palabras Clave: Originalidad, intencionalidad, creatividad.

Speaking of Creativity

Abstract

Create is a unique gift of the gods, out of reach. We understand by the creative as: original, difference and surprise. The original and different can be summarized as extraordinary, that it is depending on the context in which the creative response and is given together with the behavior of diverse societies in the world.

Keywords: originality, intention, creativity.

Hay que ver lo bizantino que puede ser la polémica en torno a la creatividad. Empezando por su etimología donde estrictamente hablando –crear– es un don exclusivo de dioses. La verdad es que la creación es únicamente atribuible a una providencia, misma que divina o no divina (no importa), aun está fuera de nuestro alcance.

Dejando a un lado este primer, fútil y teológico, génesis de la palabra, vayamos por donde Einstein aclaró, científica y filosóficamente, que así como nada se destruye, nada se CREA, sino solo se transforma (solo cambia de forma). Y por supuesto que el Hombre transforma el Mundo.

Si, si, lo sé, tal vez somos muy estrictos con la semántica, pues entonces no debiere llamarse creatividad, sino *-transformidad-* o algo así. En realidad, pienso que para ser propios, el termino más adecuado es *-INGENIO* (ingeniar, ingenioso, ingeniosidad. Que deriva del genio). Pero para no ser tan estrictos, concedamos el uso del término creatividad para entendernos aquí.

Entendemos por CREATIVO productos y/o procesos con características "peculiares" y como CREATIVOS (figura 1) a quienes les hacen con frecuencia. En estos casos, "peculiar" significa muchas cosas que podrían resumirse en tres: [2]

- Original en sentido de aparecer como por primera vez y único en su tipo (innovación).
- Distinto en sentido de reforzar lo original, pero sobre todo cuando recurre a un amplio y mayor espectro de posibilidades de procedimiento, a lo que De Bono llama pensamiento latera, [1] o que Jones [2] llama Divergencia, abandonando y

alejándose de las formas lineales, tradicionales y convencionales de procedimiento. (Lo original y distinto puede resumirse en lo *extra-ordinario*).

- Y sorpresa en sentido de causar una inesperada reacción emotiva, precisamente también, por aparecer como una respuesta -inesperada-.



Fig. 1. Charola. [3]

Sin embargo, lo original, lo distinto y lo sorprendente, dependen siempre del contexto en el que se da la respuesta creativa. El contexto, o Marco de referencia, es determinante. Como en muchas cosas, la creatividad es relativa a su contextualización, o marco de referencia. (figura 2).

Es entonces que entendemos así lo que Leibniz dice cuando se refiere a lo Extraordinario y al Orden;

“Lo que pasa por extraordinario lo es solo con referencia a algún ORDEN particular establecido entre las criaturas ya que, en cuanto al ORDEN universal, todo es perfectamente armonioso. Ello es tan verdadero que no solo no sucede en el mundo nada que se halle absolutamente fuera de la regla, sino que no se podría ni siquiera imaginar algo que sea tal.” [4]



Fig. 2. Vaso ingenioso. [5]

Ya ahondaremos en esto mas adelante, pero antes hay que mencionar que mucho de lo polémico viene también de si se trae genéticamente heredada o se educa. Lo cual remite a la ya antigua discusión sobre el genio; ¿Se nace o se hace? La creatividad es la genialidad de hoy. Un tanto superada, se ha concluido salomónicamente en que ambas cosas son importantes.

Como en muchas características humanas, para que la genialidad creativa se dé, tanto es lo uno como lo otro. Tanto debe haber una parte biológica adecuada, como un ambiente socio-cultural adecuado para la formación de mentes creativas. Sin embargo, según los estudios más recientes, se ha ido identificando cada vez más las características genéticas, dejando más espacio a las razones ambientales. Al parecer, cualquier genética dentro de lo “normal” es apta para desarrollar los procesos sinápticos

de la inteligencia. En teoría, casi cualquiera tiene la capacidad de ser creativo, aunque en la realidad no parece así. Esto hace recaer mucha responsabilidad a las formas pedagógicas para lograrlo, que confiar solo en la genética.

Para seguir enfocando lo polémico, sucede también, que se le contraponen – opuestos– que en realidad no tienen por qué serlo. Esto hace que se forme la idea de que la creatividad excluye el convivio con otras habilidades, o que si se presentan las otras, la creatividad no. Es decir, si se dice que una persona es creativa (suele suceder con niños), se piensa casi en automático que puede ser poco capaz de ser metódica. O viceversa; que si se es metódico y técnico, difícilmente será creativo. Esto es a nuestro modo de ver, un error que intentaremos demostrar. Por lo contrario, pensamos que es de las habilidades que crece en la medida en que se alimenta de todo y cualquier cosa, en una dieta absolutamente abierta, diversa e insaciable. (figura. 3).



Fig. 3. Cafetería de la New York Public Library. [6]

El hecho es que sin duda es una fascinante operación mental, típica de los humanos aunque algunas otras especies la presenten en dosis mucho menor. Considerada como parte de una función mayor, la creatividad yace en la imaginación [6]. La neurología [7] le sitúa junto a otras funciones como la memoria, y hay que ver lo sutil de la diferencia. En estricto sentido todo lo imaginable es “recordar”. La memoria es otra de las partes que operan desde la imaginación, misma que le definen como la capacidad de re-recrear imágenes de cualquier tipo en nuestras mentes. Imagen remite a lo visual, pero no necesariamente se debe restringir a esto. Las imágenes pueden ser olfativas, táctiles y gustativas, siendo en el mayor de los casos, todas a la vez.

La diferencia entre recordar y creatividad descansa en la **intención** de la imagen recordada. Es decir, en dónde, cómo y para qué estoy re-creando imágenes. Incluso es cuando en base a cometidos, el hombre evolucionó su inteligencia hasta que la **finalidad** (*cometido, meta u objetivo*) se convirtió en lo único capaz de darle sentido a la existencia, aunque el universo aún no acuse algo semejante.

La **intención** implica siempre dar una respuesta ante una situación dada. O sea, dar solución a un planteamiento. Resulta que todo planteamiento suele tener muchas maneras, formas y medidas de encontrar solución. Esta diversidad de procedimientos infiere características distintas a los productos, aunque el planteamiento sea igualmente resuelto. Así lo podemos ver con muchos diseños, por ejemplo, de sillas. Infinidad de ellas dan solución al planteamiento de sentarse, aunque pueden ser muy distintas.

Esta misma diversidad de procedimientos no siempre es concebida igualmente por todos. Los “creativos” son quienes encuentran mayores caminos de solución para un mismo planteamiento.

Algunos abogan mucho por las cualidades positivas de la creatividad, pero no todo lo concerniente a ella lo es; depende de la intención. Hay que saber del mal carácter y perversidad que puede haber en muchos de los genios creativos. Del mismísimo Charles Chaplin se conocen muy malos ratos. Isaac Newton, Beethoven, Miguel Ángel, Napoleón, Neruda, Frank Lloyd Wright, etc. (Cantinflas también). Y es bastante reconocida la inagotable creatividad de los afamados Calígula y Marqués de Sade.

Lo paradójico es que todo lo excitante y emocionante que resultan ser los productos de la creatividad, teorizarla resulta lo contrario. Y el interés de esto radica en la creencia de que escudriñando en sus misterios, podría apoderarse de ella. Pero ya Christopher Alexander entre otros, descubrieron que a veces esto parece resultar contra producente, en forma inhibitoria.

A manera muy particular, en un trabajo de investigación [9] hemos asociado la creatividad y la memoria como contrapesos de la función/capacidad de imaginar, en las que descansan la tradición y la innovación socio-cultural (o vanguardia en el diseño). Una se vale de la memoria para lograr la permanencia y la conservación, mientras que la otra se basa en el cambio; el olvido de como son las cosas, para imaginar cómo podrían ser. Nótese como para la segunda se implica la primera. Sin memoria no sabríamos diferenciar.

En una segunda instancia, se recurrió a la esencia de las teorías de los marcos de Hayes y Barnes-Holmes, y/o a la de sistemas de Von Bertalanfy [10], consistentes en la existencia de socio-sistemas. Resulta que, como los eco-sistemas, son unidades (pequeñas totalidades) formadas de partes interdependientes entre sí, y que llamamos “contextos” o “marcos”. La trasgresión a estos de-limitantes suelen representar brincos creativos, tanto para bien como para mal. Esto último es harina de otro costal, ya que en estricto sentido, la creatividad en sí, no tiene un sentido moral y suele utilizarse en cualquiera sentido (figura 4).

Ayudados luego por otra teoría, la de conjuntos matemáticos, observamos que a pesar de hacer trasgresiones escapistas a los marcos, nos vemos siempre, inmersos en algún marco mayor, en busca del conjunto u (universo); máximo que teóricamente podríamos alcanzar, a menos que creativamente, pudiéramos trascender el Universo.

Así pues, intentamos tener una creativa descripción del comportamiento creativo/conservador de las distintas sociedades del planeta. La importancia de la memoria para lograr fuertes identidades y de la creatividad para lograr vanguardias culturales; y especialmente de las dosis exactas entre ellas, donde la memoria no se convierte en lastre del desarrollo, cualquiera que este pueda ser. Así como también, donde el cambio creativo no vaya arrasando con los rasgos culturales de las culturas.



Fig. 4. Ideas innovadoras para el jardín. [11]

Lo triste del estudio, pero esperanzador, es que nos encontramos dentro de los grupos sociales que se encuentran principalmente adoptando, adaptando, imitando y copiando a los creativos de otras latitudes, en lugar de utilizar nuestro propio potencial creativo.

Referencias

- [1] De Bono E. (1989). *El Pensamiento Lateral. Manual de Creatividad*. Buenos Aires: Paidós Ibérica, 322pp.
- [2] Jones, J. C. (1976). *Métodos de Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 321pp.
- [3] Fotos chuscas. Charola para mesero. México. [En línea] Disponible en: <<http://fotoschuscas.net/wp-content/uploads/2009/10/charola.jpg>>, consultado: octubre de 2010.
- [4] Wilhelm von Leibniz, G. (1672-1696). Correspondencia matemática, científica y técnica. 6 vols. .
- [5] Ideas ingeniosas. [En línea] Disponible en: <<http://www.dregus.com/f9/ideas-ingeniosas-107132/>>, consultado: enero de 2011.
- [6] Lapoujade, M. N. (1988). *Filosofía de la Imaginación*. México: Siglo XXI, 161pp.
- [7] Cafeteria de New York Public Library. [En línea] Disponible en: <http://bibliotecorsarios.blogspot.com/>>, diciembre de 2010.
- [8] Pinker, S. (1997). *How the Mind Works*. Trad. esp. Cómo funciona la mente.
- [9] Grajales Leal, M. A. (2005). *La Dimensión espacio temporal en la relación entre identidad y creatividad del diseño urbano arquitectónico*. México: Universidad Autónoma de Yucatán. [En línea] Disponible en: <<http://sincroniatheory.tumblr.com/#/576506043>>, consultado: enero de 2011.
- [10] Bertalanffy, L. V. (1950). *Perspectivas en la teoría general de sistemas*. Alemania: Deutsche Universitätszeitung.
- [11] Duque, M. (2011). Open Deco. Muebles España. [En línea] Disponible en: <<http://www.opendeco.es/una-idea-de-lo-mas-barata-para-exterior/>>, octubre 2011