

CREATIVIDAD: MITOS vs. REALIDADES

Víctor M. Castaño*

Universidad Autónoma de Querétaro
Campus Cerro de las Campanas
Santiago de Querétaro, Querétaro 76010
México

*en estancia sabática
adscripción permanente:
Centro de Física Aplicada y Tecnología Avanzada, Universidad Nacional Autónoma de México

De acuerdo con el inefable Diccionario de la Lengua Española, la creatividad es “la facultad de crear o la capacidad de creación”, definición que, honestamente, no hace justicia a una de las más importantes características de los humanos: la posibilidad de inventar, modificar, alterar y, finalmente, crear, que, en mayor o menor medida, todos tenemos, en cuanto a pertenecientes al género homo sapiens. El asunto, por demás interesante, con respecto a la creatividad es que se trata de algo que todos reconocemos cuando nos lo encontramos enfrente, pero que casi nadie puede definir con precisión. Aunque existen docenas de definiciones, dependiendo de la escuela de pensamiento de que se trate, tal vez la mejor manera de entender la creatividad es por sus acciones concretas: la capacidad de ver lo que otros no ven, pensar lo que nadie más ha pensado o hacer lo que nadie se ha imaginado hacer. Uno de los grandes teóricos de la innovación, John Kao, en su *The Innovation Manifesto* (2005), ofrece una bella descripción de lo qué es la creatividad: “la capacidad de construir continuamente el futuro deseado”.

Desde el punto de vista socio-cultural, la creatividad guarda una enorme interdependencia con la civilización. En efecto, autores como Mihály Csikszentmihályi, han llegado a afirmar que la creatividad es el motor que impulsa a la evolución cultural y se sabe que la realidad espacio-temporal influye fuertemente en la posibilidad de que una sociedad sea o no creativa. Otro aspecto interesante relacionado con esto es que existe una larga serie de mitos sobre la creatividad, que impiden, por un lado, la propagación de técnicas eficaces y, por el otro, inhiben a gente potencialmente creativa a experimentar y mostrarse públicamente.

El primer, y más extendido, mito acerca de la creatividad es que ésta no puede existir más que en los genios. De alguna forma, este es una muestra más del ingente esfuerzo que dedicamos los hombres a “distinguirnos” de los demás, ya sea a través del color de la piel, del nivel socio-económico o, si no hay otra cosa más tangible, de la “genialidad” que propios o extraños nos reconozcan. Por fortuna para la Humanidad, nada más lejano de la realidad, pues todos los seres humanos, en tanto humanos, tenemos el potencial de influir creativamente en el entorno propio y ajeno, independientemente de limitaciones físicas, económicas, sociales y, en muchos casos, incluso mentales. Que las circunstancias espacio-temporales de cada quien favorezcan más a unos que a otros, es distinto cantar, pero lo cierto es que, dadas las condiciones, es posible hacer uso de ese carácter volitivo y activo que encierra la creatividad y es, precisamente, el proporcionar esas condiciones la obligación moral de padres, maestros, guías y gobernantes.

Afirmación harto común es la de que la creatividad no puede enseñarse, lo que manifiesta no únicamente una flagrante falta de fe en el prójimo, sino una supina ignorancia del devenir histórico y de las grandes escuelas de pensamiento creativo que, en casos como el de Heráclito de Éfeso, continúan teniendo impresionante influencia en el mundo contemporáneo, ¡después de casi 2500 años!

Mucha gente está convencida de que la creatividad se produce por generación espontánea, dado un ambiente “estimulante” y “adecuado”, lo que representa en sí mismo una contradicción del concepto de creatividad, que es un estado personal, que sólo se logra con el uso constante y firme de esa capacidad humana. No basta, en otras palabras, mandar a los vástagos a una escuela o un país “creativos”, hay que desarrollar la habilidad creativa que, como otras capacidades, se gana o se pierde, según y cuándo se ejercite.

Hay quienes distinguen inteligencia de creatividad y definen como “inteligente” a un hombre con ciertas capacidades específicas sobresalientes, aunque su capacidad creativa sea limitada. Pues bien, así como se acepta, por la mayoría de los expertos, la existencia de las inteligencias múltiples de Howard Gardner, la creatividad constituye una forma de inteligencia per se, con sus especificidades y limitaciones, pro supuesto, pero que, mientras no se reconozca como tal, difícilmente podrá ser incrementada significativamente.

Otra extendida creencia es que la creatividad es producto exclusivo del azar o de la “iluminación”, cuando se sabe que sólo se “ilumina” quien está preparado para ser “iluminado”, fruto de una larga y concienzuda preparación personal, a todos los niveles.

Asociada a la anterior, está el asentimiento de que la actividad creativa lleva, de manera automática, a la innovación. Este es un problema sustantivo que requiere, por sí mismo, un análisis cuidadoso, a pesar de lo que baste recordar que, mientras que la creatividad es un acto personal, la innovación exige una compleja red social que permita la aplicación práctica exitosa de las ideas.

Finalmente, la imagen pública del creativo es el de un individuo bohemio y rebelde, con pocas ataduras sociales convencionales. La historia personal de la mayor parte de los grandes creativos refleja que, precisamente por ser creativos, se enfrentaron a la resistencia del status quo de su época, pero ciertamente por asuntos muchísimo más profundos que una actitud “bohemia y rebelde” estereotipada, que, en muchos casos de supuestos “creativos”, no hace más que perpetuar lo que supuestamente se quiere innovar.