

Recuperar la creatividad perdida

El miedo al resultado que pueda proporcionar una actividad creativa o la falta de confianza en la inspiración sobrevenida; son sólo algunos de los elementos que favorecen la inhibición de la creatividad. Para reflotarla de su hundimiento, la mejor estrategia reside en la perseverancia, trabajar con ahínco las ideas. Por **Fernando Trias de Bes**.



Recientemente traté aquí sobre la creatividad como facultad inherente a la condición humana, como algo que no puede desligarse de nuestra propia naturaleza. Sin embargo, nuestra sociedad ha forjado individuos formados en la lógica, antes que en la creatividad. Concluíamos afirmando que, de todos modos, la creatividad perdida puede aprenderse de nuevo.

Para lograrlo hay que comprender cuáles son los principales inhibidores de la creatividad. Digamos que, si éstos aún están presentes, por muchas técnicas que uno aplique servirán de muy poco. Resulta como si intentamos enseñar arte dramático a una persona que tiene miedo escénico. Si no consigue eliminar primero su miedo a mostrarse en público, toda la dramaturgia servirá de poco.

En el caso de la creatividad, uno de los

principales inhibidores es el miedo a los resultados de la propia acción creadora. Cuando una persona decide actuar creativamente en su campo o disciplina, los resultados de su trabajo pueden suponer una ruptura con las normas; lo aceptado, lo ortodoxo, lo lógi-

co o lo supuestamente correcto. Vivimos mediatizados por la opinión de nuestros superiores, maestros o figuras parentales. La voz de Pepito Grillo, que susurra a Pinocchio continuamente: "¡Por ahí no debes ir! ¡La dirección correcta no es ésa! ¡Ven por aquí!". Esa voz interior que nos conduce a los cauces de lo establecido supone, probablemente, el mayor de los inhibidores de la creatividad. El miedo a ser distinto, a parecer una persona extraña, a quedar en ridículo.

Los estudiosos de la creatividad han descubierto que uno de los aspectos que más ha favorecido la creatividad en investigadores y científicos es la figura de una persona externa, profesional del campo donde se está investigando, que anima continuamente al creador. Incluso en el caso de genios como Curie o Einstein, esta figura fue fundamental. De algún modo, estas personas actúan como la voz académica que les da el *permiso* para probar algo distinto.

► Otro de los inhibidores de la creatividad es el denominado *mito del genio*. Parece como si la creatividad dependiese de un chispazo repentino cuyo origen es imposible determinar. ¿Por qué sumirme en una tarea que no sé a dónde va a llevarme y que depende, además, de una inspiración ajena a mi voluntad?

Este mito ha hecho mucho daño, porque, si bien el momento de inspiración no puede negarse, hoy se sabe que ese instante sólo se produce después de muchas horas de trabajo. Howard Gardner, en su libro *Mentes creativas*, afirma que sólo tras diez años de dedicación a un campo o disciplina puede lograrse una aportación significativamente creativa a la misma. Los denominados chispazos o iluminaciones creativas no son más que la *repentina* visualización de algo a lo que uno lleva muchos años aproximándose. Como dijo Woody Allen: "Me ha llevado diez años tener éxito de la noche a la mañana". La historia de los descubrimientos está llena de casos que demuestran este hecho. Newton ve caer la manzana y se ilumina en su mente la teoría de la gravitación universal.

Surcar las aguas de la incertidumbre

Para ser creativos hay que saber vivir en la incertidumbre. Desenvolverse con soltura por su territorio. Disponer de esa personalidad que permite vivir con una cantidad suficiente de dudas que nos hagan replantearnos las cosas, pero no lo suficientemente grandes como para que nos bloqueen completamente. En palabras de M. Boden, investigador en creatividad: "Una persona necesita un saludable autorrespeto para perseguir nuevas ideas y cometer errores, a pesar de las críticas de otros. Pueden existir dudas respecto de sí mismos, pero no deben prevalecer siempre". ●

Es cierto que tales analogías o momentos de conexión repentina pueden no depender de nosotros, pero no es menos cierto que una mente concentrada y que ha trabajado suficientes años en un tema determinado será más propensa a hallar algo nuevo en los hechos cotidianos. Es interesante comprobar que los genios nunca han reconocido su parte y que entregan gran parte del mérito de su hallazgo a una casualidad fortuita. Afirman que sin esa casualidad su descubrimiento no hubiese tenido lugar. Pero lo que no saben es que su mente estaba tan cerca del descubrimiento que casi cualquier cosa les hubiese inspirado. Lo que denominan casualidad no es más que la certeza inconsistente de su hallazgo, plasmada en un hecho banal.

► **Casi todos los investigadores en creatividad coinciden en que ésta es una cuestión de músculo, de trabajo, de dedicación -casi obsesiva- a una tarea determinada.** Se trata de lo que Manuela Romo denomina en su *Psicología de la creatividad* la motivación intrínseca, aquella que sólo surge del propio placer que la tarea contiene. Y es que pensar de forma creativa sobre un tema determinado convierte a la tarea y al objetivo en una misma cosa, algo que actúa como un motivador increíble.

El último inhibidor es la (falsa) creencia de que uno no puede ser creativo. En este

caso asistimos a la profecía que se autocumple. Si uno sostiene que no es creativo, difícilmente lo será. Esto debe superarse mediante aprendizaje y entrenamiento en las técnicas de la creatividad, de los heurísticos que aceleran el pensamiento creativo.

Entre tales heurísticos encontramos técnicas tan sencillas como la inversión, una de las que produce más estímulos. Invertir un pensamiento es decir lo contrario de lo establecido. Por ejemplo: "un artículo de prensa que no dice nada" o "un restaurante donde no hay comida". Éstos no son enunciados creativos, pero son estímulos suficientemente alejados de la realidad como para forzar a una resolución creativa de los mismos.

► **Como técnica también se presenta la analogía, que consiste en establecer paralelismos entre ideas o conceptos dispares.** Por ejemplo: "¿qué hay en el sistema organizativo de un hormiguero que pueda ser aplicable a una empresa?", o "¿qué aspectos de la Teoría de la Evolución de las Especies puede aplicarse a las células cancerígenas?". Johansson, en su libro *El efecto Medici*, denomina a esta técnica la intersección de ideas y explica por qué en el Renacimiento se produjo tal profusión de avances en el arte y la ciencia. Los Medici fomentaron en Florencia un escenario común donde múltiples disciplinas se encontraron. La intersección produjo una explosión creativa. Las intersec-

ciones son, al fin y al cabo, analogías entre campos y áreas independientes del saber.

Otros heurísticos son convertir lo familiar en extraño o lo extraño en familiar; exagerar una idea, minimizarla, combinarla, reordenar procesos a ver qué surge... Hay multitud de libros con técnicas heurísticas que favorecen la creatividad. Todas ellas propugnan un pensamiento divergente, que sugiere y propone en lugar de concluir. ●

✱ *Fernando Trias de Bes es profesor de Esade, conferenciante y escritor.*

CONCLUSION

Direcciones

MODA

JUEGO DE MODELOS

(PÁGINAS 78 A 83)

Bernhard Willhelm: 934 43 36 87. **Caribbean:**

Columela, 5 (Madrid). **Corachan y Delgado:** Barco, 42 (Madrid). **Davidelfin:** www.davidelfin.com.

Dior Homme: a la venta en El Corte Inglés (Castellana, 71. Madrid). **El Corte Inglés:** en centros comerciales de El Corte Inglés de toda España.

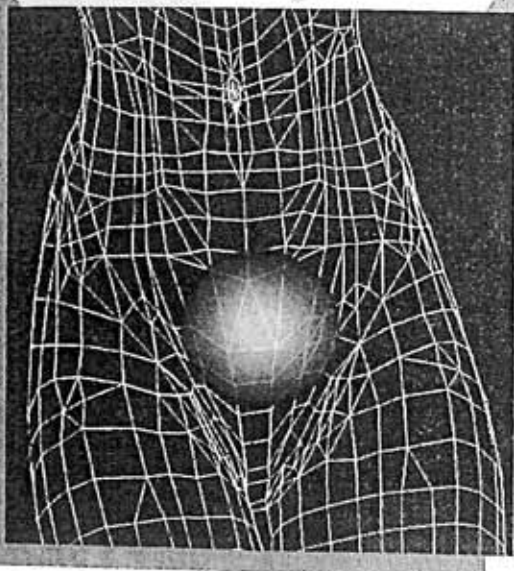
Gap: www.gap.com. **H&M:** www.hm.com. **La**

Perla: www.laperla.com. **Lemoniez:** www.lemoniez.com. **Spastor:** www.spastor.org. ●

Parche - Emplastro Térmico

PARCHI

- Lady -



Más de 12 horas de durac

Calor relajante para el periodo menstrual

Cómodo
Discreto
Fácil de usar
Acción inmediata

De venta en Farmacias y Parafarmacias de grandes almace

belgeuse

Belgeuse C. S. A. L.

Goya, 25, 1-4, 28290 Las Matas, Madrid, Spain

Tel: +34 91 630 8014 Fax: +34 91 630 8013 / 91 837 7911 belgeuse@belgeuse.net

www.belgeuse