

El Proceso Creativo

por Eulalio Ferrer, presidente, Grupo Ferrer y profesor de Publicidad y Promoción, ITAM

La creatividad es una de esas palabras mágicas, nombra algo deseado por todos; algo de eso que nos hace humanos a los humanos. Es en estos tiempos de la inteligencia artificial y de las máquinas inteligentes parte de lo que nos separa de los artificios que inventamos. Sin embargo, como suele pasar con las cosas que deseamos, cuando hablamos de la creatividad todos creemos saber qué significa, pero resulta muy difícil ponernos de acuerdo en lo que es.

Quizás el camino más corto para lidiar con este problema es coger al toro por los cuernos y tratar de definirla. Creatividad, obviamente, es tener la facultad de crear. A su vez, crear es la facultad de hacer que algo exista en donde antes no existía. Típicamente, este hacer que empiece a existir una cosa implica: inventarla, forjarla, formarla en la mente, escribirla, pintarla, construirla, producirla, imaginarla... Algo diferente de copiarla, reproducirla o simplemente desplazarla. El acto creativo se cumple con el principio de la doble génesis: lo creado nace primero en nuestra cabeza y luego, a través de algún proceso mediador, aflora en la realidad.

Mozart, en una carta en que describe su propio proceso creativo, distingue estas dos etapas con claridad: “cuando estoy solo conmigo mismo... mis ideas fluyen mejor y con más abundancia”. “Las que me gustan las recuerdo hasta que puedo preparar un buen plato con ellas; esto quiere decir ajustado a las reglas del contrapunto, a las peculiaridades de los distintos instrumentos, entre otros”. “Suponiendo que nada me distraiga el tema se va ensanchando, ordenando y definiendo en mi mente hasta que puedo verlo como un fino retrato o una bella estatua, de un golpe”. “Cuando procedo a escribir mis ideas, las saco de esta bolsa que se encuentra en mi memoria”.

Esta característica permite diferenciar la creación del descubrimiento. Si bien los dos pueden ser, y son, las más de las veces producto de la búsqueda, en la primera lo que buscamos inicialmente aparece en nuestro interior y luego toma forma en el exterior. Mientras que en el segundo sucede exactamente lo contrario, va de afuera hacia dentro. Antes de seguir ade-

lante quizás convenga distinguir de la creatividad otros tres conceptos tan cercanos a ella que muchas veces se unen: la imaginación, el ingenio y la inventiva.

Imaginar consiste en representar en la mente algo que no existe o no está presente. Está tan cerca de la memoria como de la fantasía. El ingenio es la habilidad o talento de inventar. Es una capacidad expresiva tanto al resolver problemas, encontrando para ello los medios adecuados que sirvan a las soluciones que se tienen en mente, como en su relación con el humor, al encontrar el aspecto gracioso de situaciones o cosas. Inventar es encontrar la manera de hacer verdaderas o reales cosas que no existen o no son. Por eso, en sus connotaciones negativas, esta palabra aparece a veces hermanada con la mentira y la falsedad, y en sus connotaciones positivas con hacer cosas nuevas o desconocidas. Pensar, expresar y hacer son los elementos que nutren respectivamente cada una de estas palabras. Éstas, sin duda, son dimensiones de la creatividad y suelen ser las direcciones a las que tienden las distintas descripciones del acto creativo en función de su origen o preferencias.

El acto creativo consiste en “ver” una relación nueva entre dos o más cosas que permita conseguir un efecto, resolver un problema o producir un determinado resultado. Ante esto consideremos, por ejemplo, la definición común de que los niños suelen ser muy creativos. Cuando se dice esto se describe el hecho de que muchas veces la imaginación infantil es capaz de asociar las cosas más disímboles. Sin embargo, debería caracterizarse más como imaginación, puesto que, típicamente, las asociaciones infantiles pueden no tener un fin ulterior. Es decir, no resuelven nada, o no tienen más efecto que el que consiguen del afecto de sus padres.

En contraste, cuando pensamos en la creatividad adulta, siempre hablamos de una capacidad para conseguir algo, si bien no está solamente en el terreno de lo material. Como lo prueban las creaciones artísticas, lo que se consigue cuando se tiene éxito es un efecto estético. Una alineación entre el que disfruta el arte y la visión del artista. Ejemplos de esto abundan en la historia artística y van desde la introducción de la corporalidad de Giotto hasta el claroscuro de Rembrandt. Aunque posiblemente nadie lo ha hecho tan sangrante-

mente evidente como Picasso, cuando de unos pocos ladrillos nos descubre una mujer, o en tres abultamientos una paloma.

Henry James nos habla de esta capacidad de ver cómo algo que infecta al creador y que lo lleva a buscar en esta “vida que es todo inclusión y confusión, arte que es todo discriminación y selección”, la búsqueda de ese valor latente, que se encuentra en las cosas y que el artista busca como un perro husmea por su hueso. Este sentido del motivo es lo que dirige al artista a encontrar. Esta idea de que los otros no puedan ver las cosas como él lo hace, le permite y lo obliga a ver relaciones entre distintos elementos que sólo ante él se hacen presentes. Encerrado ante esta conciencia del mundo propia y diferente, tiene que expresarse para romper el círculo de aislamiento que le impone su don.

Una forma alterna, por lo tanto, de ver la creatividad es por la naturaleza de los temas a los que se aplica. En este sentido, podemos ver de inmediato dos grandes áreas. Los temas como los que acabamos de describir en los párrafos anteriores: las obsesiones artísticas, la ciencia y la filosofía misma. En ellos el creador elige sus temas y los hace parte de su vida misma. En contraparte tenemos los problemas que podríamos considerar de encargo. En ellos un tercero define la cuestión que se quiere conseguir y es dentro de este marco que la persona ejerce su don; este sería el caso de la creatividad que ejercen el arquitecto, el publicista o el diseñador. Estos dos enfoques, el puramente autónomo o el que depende de otro, son un continuo que claramente se une en el centro, pues en casi todos los procesos creativos se da algo de los dos. Se ejerce para transformar el mundo a su alrededor.

Hablar de la creatividad como producto de este proceso es definirla como resultado del tránsito por un camino, en el que paso a paso se consigue avanzar para lograr un propósito. La ventaja implícita en esta perspectiva es que se puede hablar de los elementos de contexto que actúan como precursores del proceso.

El conocimiento de la materia de la que se habla sin duda provee de aristas sobre las cuales es posible asir nuevas soluciones. Se puede decir que resolver un problema es simplemente definirlo en términos de los elementos que pueden solucionarlo. En la medida en que comprendamos y expandamos un problema en nuestra cabeza relacionándolo con mayor número

ro de cosas, crearemos una mayor superficie para su solución. Estas conexiones a veces aparecen de manera directa, pero otras a través de la metáfora y la analogía. La capacidad imaginativa a la hora de plantearnos las cosas es la fuente del espacio de inspiración.

Otra capacidad crítica es de concentración en el tema. Ésta es la que crea la profundidad en el espacio de inspiración. Ser capaz de mantener el tema en nuestra mente para que expuesto a los ácidos intelectuales se disuelva en todas sus partes. Es decir, es necesario ser capaz de masticarlo para poder digerirlo mejor. Newton nos hace referencia con nostalgia a que cuando él era joven podía sin distraerse mantener su mente en un problema durante meses. En su opinión, es por esto por lo que fue durante esta época de su vida en la que realizó su mejor trabajo. El mantener en nuestra cabeza un tema desencadena los procesos de análisis de reminiscencias, que son parte sustantiva de cómo procesamos la información y percibimos, produciendo las asociaciones y re combinaciones con otros elementos de nuestra memoria. El riesgo en estos casos es el desánimo que suele derivar en miedo, que es sin duda el asesino de la creatividad.

La expresión de estas asociaciones en una solución que permita conseguir el propósito se nutre, por lo tanto, de la expansión y profundidad que tengamos en los distintos puntos que componen lo que pretendamos solucionar. Al igual que en todo viaje, las oportunidades se hacen al andar. El lugar hacia el que pretendemos llegar, el terreno en el que pretendemos solucionarlo y, por supuesto, las formas que conocemos para transitar por él.

Sin embargo, sería simplista reducir la magia creativa a un suave paseo, pues exige siempre en algún momento uno o más saltos en el vacío. No hay que olvidar que la única manera de volar es lanzándose al vacío.

REFERENCIAS

Mozart, Wolfgang Amadeus, "A Letter" en *The Creative Process*, Ed. Ghislelin Brewster (1952). New York: The New American Library.

James, Henry, "Preface to the Spoils of Poynton" en *The Creative Process*, Ed. Ghislelin Brewster (1952). New York: The New American Library.