



La creatividad como problema filosófico¹

Ferran Sáez Mateu

En su sentido técnico o especializado, la creatividad no constituye un ámbito propio de la filosofía, aunque, obviamente, la especulación filosófica entendida de un modo más amplio no ha dudado en tener en cuenta las aportaciones al respecto de la psicología, la pedagogía o de la misma la publicidad.² En todo caso, no existe una teoría propiamente filosófica de/sobre la creatividad, al menos en su acepción actual; en un sentido laxo, en cambio, el tema ha sido tratado de una manera vaga y tangencial por ciertas vertientes de la gnoseología e incluso en la estética (la teoría romántica del genio, sin ir más lejos).³ Recordemos, aunque sólo sea a título de anécdota, que el término “creatividad” ni siquiera aparece en los diccionarios especializados de referen-

¹ Este artículo reproduce, en líneas generales, la ponencia inaugural del III Simposium de profesores universitarios de creatividad publicitaria, que se celebró en Barcelona los días 24 y 25 de marzo en la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna (Universitat Ramon Llull).

² MARÍN IBÁÑEZ, R. *La creatividad*. Barcelona: CEAC, 1980, p. 5-10.

³ ARGULLOL, R. *El Héroe y el Único. El espíritu trágico del Romanticismo*. Madrid: Taurus, 1982, p. 294-300. BAYER, R. *Historia de la estética*. México DF: FCE, cap. IV, II.

cia, como el Ferrater Mora y otras obras similares.⁴

En consecuencia, la mera transposición de determinadas concepciones epistemológicas de origen filosófico al ámbito mencionado —el de la creatividad entendida en su sentido actual— resultaría claramente abusiva.⁵ Por otra parte, el carácter a veces ultratécnico de muchos conceptos filosóficos puede llegar a yuxtaponerse fatalmente al sentido habitual, coloquial o no especializado del mismo término. Por ejemplo, la palabra “intuición” tiene un uso relacionado con el campo semántico de la noción de creatividad en el lenguaje común, mientras que en Kant, en cambio, está vinculado a las condiciones de posibilidad del conocimiento sensible (definidas en la *Crítica de la razón pura*, concretamente en la “Estética trascendental”).⁶ Lo mismo podríamos decir del término “imaginación” (*Einbildungskraft*), que también se define en la “Estética trascendental” como “la reducción en una sola imagen de la diversidad de la intuición”.⁷ El uso técnico y el coloquial de esa noción no tienen, literalmente, nada que ver. Con estos dos ejemplos queremos mostrar que el propósito de cons-

truir —o más bien *reconstruir*— una teoría de la creatividad basada en los ejes conceptuales de la gnoseología clásica nos sitúa ante un campo minado.⁸

Dicho esto, conviene recordar y subrayar que ningún concepto de envergadura —como la propia noción de creatividad— surge *ex nihilo*. En general, este tipo de conceptos constituyen, en realidad, el resultado de un conjunto muy complejo de sedimentaciones y adherencias semánticas que a menudo se pierden en el tiempo. El origen más remoto del término “creatividad” se remonta a la raíz indoeuropea *ker-*, que en latín dio lugar al término *creatio*.⁹ La misma raíz explica el origen de la diosa de la fecundidad agrícola, Ceres (de donde deriva *cereal*).¹⁰ El verbo “crecer” tiene el mismo origen. La raíz alude, pues, al paso o transición de algo puramente embrionario a algo completo o consumado (como, por ejemplo, una semilla o un espermatozoide —de ahí proviene, por cierto, la extraña voz “criadilla” para referirse a los testículos).

Ese sentido primigenio, literalmente arcaico, del término aún nos resulta reconocible, pues, de alguna manera, todavía consideramos el hecho creativo como la

⁴ FERRATER MORA, J. *Diccionario de Filosofía*. Ed. revisada por J. M. Terricabras. 4 vols. Barcelona: Ariel, 1994.

⁵ COLLINGWOOD, R. *Los principios del arte*. México DF: FCE, p. 126-134.

⁶ KANT, I. *Crítica de la razón pura*. Trad. de Pedro Ribas. Madrid: Alfaguara, 1984, vol. I, cap. 1, p. 65.

⁷ *KrV*, A-120. *Ibid.*, p. 144-145.

⁸ Ese “campo minado” suele traducirse habitualmente en una lectura psicologista de la teoría del conocimiento de Kant.

⁹ ROBERTS, E. A.; PASTOR, B. *Diccionario etimológico indoeuropeo de la lengua española*. Madrid: Alianza Diccionarios, 1996.

¹⁰ ASIMOV, I. *Las palabras y los mitos*. Barcelona: Laia, 1981.

transformación de una idea difusa, oscura y latente en un concepto nítido o definido que puede ser *comunicado* e incluso *aplicado*. Ahí tenemos la base, pero no el resultado final del concepto tal como ha llegado hasta nosotros. Para entenderlo correctamente debemos apelar a las dos bases de nuestra cultura: la tradición grecolatina y la judeocristiana.

La prenoción de creatividad —es decir, las coordenadas conceptuales tácitas en las que se asienta ese concepto que ha atravesado la cultura occidental— constituye, en este sentido, una derivación espuria de elementos muy diversos. Básicamente, supone una compleja hibridación de ciertos pasajes cruciales y muy conocidos del Génesis bíblico con la teoría de la anámnese platónica (cuyo origen es anterior a Platón y cuyas derivaciones históricas posteriores trascienden muy ampliamente la figura del filósofo griego, como en el caso de Freud).

Es muy importante señalar que la mencionada hibridación no explica —ni pretende explicar— *qué es* la creatividad, sino cuál fue el punto de partida que a través de diversas vicisitudes condujo al concepto actual, incluidas sus sutiles contradicciones. En este sentido, cabe señalar que no estamos haciendo prospectiva, sino arqueología (sin la cual, por cierto, la prospectiva sólo es un juego incierto que a veces conduce al descubrimiento del Mediterráneo).

Una manera plausible de desglosar la prenoción de creatividad que tratamos es relacionar las siguientes cuatro ideas:

a) La racionalidad creativa nunca es activada por la misma racionalidad, sino que requiere un oscuro trasfondo irracional que hace las veces de semilla o embrión. Eso queda perfectamente ilustrado en el *Menón* de Platón, concretamente en el llamado “episodio del esclavo” (cuyo reto es duplicar un cuadrado dibujado en la arena y cuya solución pasa por el uso de la diagonal de la figura, que conduce a raíz de dos —y que para los griegos era una magnitud irracional—). Según esta concepción, crear es el resultado de una decisión, obviamente; pero a diferencia de la mayoría de las acciones humanas, la creación efectiva no depende *sólo* de esa decisión. Hay algo *dentro* de nosotros, pero ese “algo” no puede ser activado a voluntad (cosa que sí ocurre en otras actividades intelectuales humanas —la mayoría—, como, por ejemplo, la memorización de un poema, la ordenación alfabética de un conjunto de palabras o la solución de un cálculo aritmético sencillo).¹¹ La idea de “inspiración”, codificada sobre todo en el romanticismo, pero perfectamente detectable en el Renacimiento y en el barroco bajo la forma de —digamos— “melancolía productiva”, resume perfectamente esa actitud. Se presume la existencia de un resorte *en* el creador, pero nunca *del* creador. La noción que está en juego es, pues, la de voluntad. De una persona que es incapaz de memorizar un poema o una partitura diríamos que o bien es un vago o bien es un tonto, pero jamás “acusaríamos” a nadie

¹¹ SÁEZ MATEU, F. *Comunicació i argumentació*. Barcelona: Trípodos, 2003, cap. III (Papers d'Estudi).

de ser incapaz de redactar las tragedias de Shakespeare o de componer las cantatas de Bach. La razón es bien sencilla: eso no depende sólo de nuestra constancia (es decir, de nuestra voluntad) ni tampoco de nuestro talento (los grandes artistas también se bloquean a menudo), sino de un mecanismo oscuro, arbitrario y errático que *afectaba* a Shakespeare o a Bach, pero que no *pertenecía* a Shakespeare o a Bach.

b) La actitud creativa constituye una forma de reminiscencia que será interpretada según la época en distintas claves. La diversidad de esas codificaciones puede llegar a confundir, aunque, como veremos a continuación, todas están atravesadas por un elemento común perfectamente reconocible cuyo patrón es una muy determinada versión de la filosofía platónica. La penetración del platonismo en la cultura occidental es un tema muy complejo que no vamos a desarrollar aquí. En todo caso, es evidente que una de las vías más claras debe situarse en el agustinismo y sus múltiples derivaciones dentro del pensamiento cristiano. Es importante señalar que la cosmovisión platónica trasciende el ámbito cerrado de la filosofía especializada y se transforma muy pronto en *mentalidad*. Vamos a comprobarlo comentando dos obras literarias muy conocidas y que, además, fueron objeto de diversas transposiciones audiovisuales: *Robinson Crusoe*, de Daniel Defoe (1719), y *Tarzan of the Apes*, de Edgar Rice Burroughs (1914). Crusoe y Tarzán

se hallan en una situación de aislamiento que superan *recuperando* la tecnología de la cultura de la que provienen y aplicándola creativamente a circunstancias para las que ésta no había estado prevista. Crusoe se salva justamente porque es capaz de recordar técnicas que, como el propio personaje afirma, creía olvidadas (fabricar sogas, construir una mesa, etc.). Crusoe es creativo sólo en la medida en que es capaz de recordar. El caso de Tarzán supone otro estadio, porque la memoria cultural es sustituida literalmente por la memoria genética —o, mejor dicho, racial—, de acuerdo con la mentalidad dominante de la época. El Tarzán cinematográfico de los años treinta del siglo pasado —momento álgido de las teorías racistas, y no sólo en la Alemania nazi— construye algo parecido a un apartamento neoyorquino, con un ascensor movido por un elefante, un ventilador accionado por un chimpancé, etc. Pero si Tarzán ha sido criado por los monos, ¿cómo es posible que *recuerde* algo que en realidad no ha visto jamás? La explicación se da en clave racista: Tarzán es un blanco anglosajón y a esa condición le es inherente una determinada manera de ser que va mucho más allá de las características físicas. Se trata de una verdadera *substantialización de la memoria*. Eso explica que sea capaz de crear una tecnología parecida a la occidental y completamente ajena de la de sus vecinos de raza negra.¹²

Desde una perspectiva absolutamente diferente, también Freud, en su obra

¹² SÁEZ MATEU, F. *La invención de l'home*. Barcelona: Pòrtic, 1998, cap. II.

Psicoanálisis del arte, explicará la creatividad a través de una forma de reminiscencia cuyo referente es el subconsciente. El artista no “crea” sino que en realidad reelabora una reminiscencia a menudo asociada a un acto onírico o a un recuerdo traumático. En la explicación de su propia obra pictórica, Salvador Dalí llevará esa explicación a límites delirantes.

c) Tanto en la tradición judeocristiana como en la grecolatina la creatividad se sitúa, por norma general, en el contexto moralmente ambiguo de la transgresión.¹³ De hecho, los primeros eventos propiamente creativos que relata el Génesis —es decir, aquellos en los que se hace un uso eficaz o funcional de un objeto para una finalidad no prevista, y por tanto innovadora— se hallan siempre en el contexto de la transgresión. Por ejemplo, Adán y Eva usan hojas para cubrirse (después de haber cometido el pecado original) y Caín hace uso de la quijada de un animal para dar muerte a su hermano Abel. De la misma manera que la tesis platónica, trascendió su contexto histórico y acabó siendo reflejada desde determinadas ópticas modernas, el esquema veterotestamentario también tiene correlatos muy recientes. El más conocido es, probablemente, el que recreó Stanley Kubrik en la célebre escena de *2001, una odisea del espacio*. La primera conducta propiamente inteligente del homínido conduce al asesinato de un congénere. El fémur utilizado se transforma lentamente en una sofisticada nave

espacial mientras la rotunda y turbulenta música de Richard Strauss da paso a la amable ligereza de un vals de Johann Strauss. Esa metáfora visual y sonora del paso de la animalidad a la civilización asocia la noción de creatividad a la de transgresión, y ésta a la idea de progreso entendido en un sentido trágico (es decir a la manera de Spengler, no de Hegel). Esta constatación nos lleva directamente al cuarto y último punto.

d) El resultado de la creación nunca es inocuo debido a que altera un orden previo considerado “natural” (en el sentido aristotélico del término, no en el moderno o newtoniano). En el contexto griego, ese esquema se concreta en la paridad *hybris/némesis* (es decir: transgresión/restitución del orden cósmico-natural). Eso es aplicable a Ícaro y su intento de volar a través de un uso creativo de la racionalidad instrumental, y continúa en lo que algunos autores llaman la *tradición fáustica*. El Dr. Frankenstein de Mary Shelley ha pasado a la historia gracias a las innumerables películas de terror —no siempre de una calidad excelsa— que adoptaron la breve novela. En su origen, el Dr. Frankenstein representa el destino trágico del héroe romántico, que se aleja de la racionalidad newtoniana, de la ciencia convencional, y toma partido por una creatividad transgresora que rompe el “orden natural de las cosas”, en este caso la posibilidad de dar vida a un cadáver. En el ámbito de la creatividad publicitaria, ese esquema subyace todavía a nivel

¹³ SÁEZ MATEU, F. *Dislocacions*. València: Edicions 3 i 4, 1999, cap. IV.

popular por medio de la noción de “subliminal”, aplicada a contextos donde ese término resulta claramente abusivo. Hay docenas de leyendas urbanas referidas al carácter perverso de ciertos logotipos, como, por ejemplo, el de los cigarrillos Camel. Otras, incluso, creen ver mensajes satánicos ocultos en ciertos textos, etc.

Es muy importante insistir en que los cuatro puntos que acabamos de desglosar no constituyen algo así como una *teoría fundacional de la creatividad*. En un sentido estrictamente filosófico, esa teoría no existe. Pero también resulta obvio que la confluencia de esas cuatro prenociones ha dado lugar a una determinada *mentalidad* (en el sentido preciso de “entramado de ideas” no formalizado) que ha marcado genéricamente la cultura occidental. El término “occidental”, por cierto, resulta aquí fundamental. No es nada anecdótico que en las décadas de 1960 y 1970 las industrias japonesas o coreanas fueran tratadas despectivamente de meras imitadoras incapaces de ir más allá de los modelos tecnológicos occidentales —de *crear*, en definitiva—. De alguna manera, con ese juicio de valor los occidentales remarcábamos el carácter problemático pero a la vez fructífero de la transgresión, que en Oriente parece sólo asociada al caos y la catástrofe (al menos

eso es lo que se desprende del cine clásico japonés, por ejemplo).

La prenoción de creatividad que hemos desglosado, entendida como un extraño híbrido de transgresión y remiscencia, sólo es interrumpida a partir de principios de los años setenta del siglo pasado, por dos razones que acababan confluyendo casualmente aunque no tengan nada que ver entre sí. En primer lugar, la mente humana pasa a ser interpretada desde la metáfora del teléfono a la del ordenador (mucho antes la mente había sido un mecanismo precisión —Descartes—, después una máquina de vapor con su correspondiente válvula de escape —Freud—, etc.).¹⁴ La metáfora informática transforma el cerebro en una conjunción de *hardware* (determinado genéticamente) y *software* (condicionado culturalmente). Esta nueva metáfora parece más científica que la anterior; pero, como ha sucedido siempre, sólo es una nueva metáfora adaptada al entorno tecnológico.¹⁵ En segundo lugar, la emergente contracultura de aquella época asocia la idea de transgresión a lo lúdico (psicodelia, etc.) así como a la idea de autorrealización personal. La creatividad entendida como un componente de la racionalidad instrumental susceptible de ser mercantilizada trasciende absolutamente las expectativas de esa época.

¹⁴ SÁEZ MATEU, F. *Què (ens) passa?* Barcelona: Proa, 2003.

¹⁵ SÁEZ MATEU, F. “Una derivació anòmala del racionalisme: impostures de la ciència contemporània”. *L’espill*, núm. 11.