

Psicología del acto creativo

Por Joan Costa

La teoría de la acción se ha interesado muy poco hasta el presente por la acción mental, la ideación, las ideas, que son actos de débil energía.

El individuo situado en un punto del espacio-tiempo, «Yo, Aquí y Ahora», existe porque actúa. La acción confiere al individuo su existencia ya que ella implica el uso del espacio-tiempo que es la materia de los actos, de la acción, de las acciones. Sin espacio-tiempo no hay acción. No hay individuo. Y viceversa. Y no hay individuo sin acción —en la misma medida que el hecho de respirar ya es una microacción, aunque inconsciente—.

El individuo desarrolla dos modos principales de acción por los cuales se integra al medio y se socializa. Y por los cuales, a la vez, actúa sobre el medio. La primera de estas relaciones del ser con el mundo físico y social es una relación de «fuerte energía». La producción de actos no es concebible sino como un coste, un consumo o una disipación parcial de los recursos biológicos disponibles. Los diferentes elementos del presupuesto vital humano, son limitados. Esta idea general ligada a la acción física de fuerte energía es familiar al ergónomo, capaz de calcular el número de *Kcal*: (kilocalorías) invertidas en una actividad determinada o en una serie de acciones por unidad de tiempo.¹ Existen fórmulas, en efecto, que permiten medir el coste energético de los actos humanos.

El ser es consciente, pues, de que todo acto, toda acción física tiene un coste biológico, energético y temporal. Y puesto que el ser humano es profundamente racional y pragmático, busca que sus acciones —ya sean para la supervivencia, el trabajo o el conocimiento— supongan un esfuerzo y un gasto mínimo de su presupuesto-tiempo y de sus reservas energéticas. Y que impliquen a la vez una compensación, una gratificación, y si es posible, un placer.

El individuo, consciente de las limitaciones de sus recursos vitales, adopta una actitud digamos de «gestión», y un comportamiento «contable». Él es impulsado a razonar en términos de costes, a contabilizar sus ganancias y sus pérdidas, a reducir la complejidad de sus acciones para evitar la fatiga. Busca así modificar las reglas de proporcionalidad entre el acto y el resultado, disminuir la cantidad de energía disipada y aumentar el grueso del resultado.

Decía al principio que el individuo desarrolla dos modos principales de acción. Y hemos examinado brevemente el primero. Si éste se caracteriza por el coste en términos de fuerte energía, inherente a los actos físicos, el segundo al contrario comprende los actos de débil energía, que no conllevan esfuerzo aparente. Son los pequeños actos imperceptibles, o apenas visibles, de las decisiones, microactos de mínimo coste energético -por lo menos en apariencia-, como observar, reflexionar, tomar notas, leer, teclear el ordenador. Son todos

ellos actos a pequeña escala y de trazos aparentemente fugaces, pero cuyos efectos pueden producir a veces, fenómenos de fuerte energía. Por ejemplo, y comprender, descubrir, idear, imaginar, inventar, crear algo nuevo. ¿Cómo se producen este tipo de movimientos mentales?

Percepción y acción internas

Hay un instante, en el devenir de nuestras rutinas cotidianas en que, de repente, tomamos conciencia de «alguna cosa» que ha captado nuestra atención. Esa cosa puede ser una sensación, una percepción interna, un recuerdo que nos asalta, un conocimiento o una idea que surgió sin esperarla. Cualquiera que sea esa «cosa», ella se nos va apareciendo nítidamente. Es como una intuición que toma forma inteligible. Cobra entidad y fuerza en el campo de conciencia. Desde ese momento, la idea va y viene a la memoria, se va perfilando, construyendo y perfeccionando hasta que nos armamos de lápiz y papel para anotarla. O hasta que la abandonamos y la olvidamos.

Lo que llamamos campo de conciencia es un continuo neutro, una especie de pantalla de conocimientos donde las ideas son proyectadas y permanecen con mayor o menor persistencia. O se desvanecen para reaparecer de modo más o menos intermitente. O para ser olvidadas. Cuando una nueva forma mental aparece a la conciencia, ésta deviene su trasfondo sobre el cual la forma de la idea se recorta y destaca.

Naturalmente, cuanto más fuerte es esa experiencia, o cuanto más interesante es la idea surgida, más nítidamente destaca sobre su fondo. Más tiempo permanece en la memoria. Va y viene a ella con mayor persistencia. El interés o el valor de una idea es proporcional a la mayor dificultad o imprevisibilidad de que ella emerja en la mente.

Dicho esto, observemos que estamos hablando de dos aspectos simultáneos de nuestro ser, que están entrelazados indisolublemente. Hablamos de percepción interna, algo que ocurre en nuestro cerebro y no fuera. Y de psicología, pues lo que sentimos o percibimos es evaluado por nuestra cultura, expectativas y cuadro personal de valores. Por consiguiente, estamos hablando aquí de psicología de la percepción, pero también de imaginación y creatividad.

La forma existe por su fondo. Y viceversa

La psicología de la percepción o Gestalttheorie (teoría de la Forma) ha revelado la existencia de una ley fundamental de nuestras actividades perceptivas, ya se trate de percepciones externas o internas. Es el principio de que toda percepción (todo precepto, a lo que podemos añadir todo concepto) constituye la superposición de éste sobre su fondo, que puede ser el de un objeto en el campo visual, o el de una idea en el campo consciente.

Esta ley la comprendemos de manera evidente y sin necesidad de mediar palabras cuando estamos viendo una figura negra sobre un fondo blanco. Esta figura la distinguimos y la podemos recordar por su forma y su contraste, recortándose nítidamente sobre el fondo. Un signo sobre el papel. Un objeto sobre la mesa. O un sonido sobre el silencio. Que también es una forma (audible) sobre un fondo —aunque esto nos cueste más de comprender—. ¿Dónde está la dificultad? En el hecho biológico de que los humanos somos seres visuales. Nuestro

sistema sensorial está básicamente determinado por la importancia predominante de la visión: el sentido de mayor alcance en la distancia y que tiene, como la mente, un especial poder separador en cualquier campo: de conciencia o de visión. Y, además, dado que «El ojo cree en lo que ve», como decía muy bien Brunswicg, comprendemos mejor lo que podemos ver. Y si es posible, tocar.

Entonces, nuestra concepción de qué es una forma está cargada de fisicidad: aspecto, tamaño, volumen, dimensiones, peso, textura, color, tacto, temperatura son cosas físicas. Objetivas. Todo esto es bien evidente en las cosas externas. Pero el cerebro entiende mal lo que sucede en su interior. ¡Ah, si pudiéramos verlo! Asistir visualmente a cómo nace una idea, cómo evoluciona y se configura... Si eso fuera posible, seguramente nos maravillaría descubrir que el surgir de una idea en la mente es la aparición de una forma con una identidad propia, aunque al principio sería algo informe o impreciso todavía. Veríamos cómo se construye la forma mental y la idea! resaltando sobre el fondo neutro y continuo de la conciencia. Que ha devenido neutra porque la fuerza de esa misma idea la neutraliza. Los contenidos de la memoria se disuelven entonces bajo la presencia de la idea. Cuanto más fuerte es ésta, más su fondo colabora para darle brillo y relieve. Más clamoroso es el silencio mental. Fascinados por la idea, ella se impone a la memoria y nos olvidamos de todo lo demás. Entonces decimos que la idea, como la Forma, es pregnante.

Lo ideal y lo real

Una idea es tan real en la mente como lo es su ulterior realización material. O su enunciado verbal. Hay tres puertas para exteriorizarla:

1. explicar la idea a otro es la primera puerta; con lo cual le estamos dando a esa idea si no forma visible, sí forma imaginable. En este punto, la idea comunicada implica dos formas mentales compartidas,
2. dibujar esa idea es la puerta mayor y más directa para hacerla comprensible, al convertirla en visible. Y
3. la última puerta de acceso al mundo real es cuando la idea ya es un hecho, un objeto de la realidad exterior. Entonces, la idea se ha transustanciado: es una cosa física que la contiene.

Lo que aquí planteo se opone a la experiencia fisicista empírica que considera que una idea sólo es «real» cuando se materializa en el mundo exterior. Parece que una idea sólo empieza a «existir» cuando es exteriorizada. Cuando pasa de una mente a otra. Cuando ha sido comunicada. Pero ese es un prejuicio simplista, reduccionista. Porque la idea ya existe antes de ser comunicada. ¿Cómo podríamos comunicarla a otros si no existiera en la mente? Antes de ser formas materiales las ideas son formas mentales.

Siguiendo lo apuntado al principio, antes de que un dato sea registrado en la conciencia, esa conciencia está en un estado desordenado o difuso, con posibilidades iguales para uno que para cero —en términos de la teoría de la información—. Una vez que la mente interacciona con los datos y con la idea que emerge, está decididamente en estado uno (positivo). Así,

pues, con la formación de la idea la mente pasa de un estado desordenado y difuso a un estado consciente y ordenado.

Una idea es una construcción, una estructura que se hace inteligible en la mente de quien la concibe. Una idea es orden construido donde no lo había respecto a lo que motiva esa idea. La segunda ley de la termodinámica se basa en el hecho de que en el universo hay muchos más estados desordenados -como el flujo de los acontecimientos, por ejemplo- que ordenados: las ideas, las construcciones.

Si las acciones de fuerte energía pueden medirse en Kcal, las acciones de débil energía, como la ideación y finalmente las ideas, se miden en términos de Información (H en bits).² Esto es, cantidad de información, de novedad o de originalidad que ellas contienen y que es lo opuesto a cantidad de redundancia (lo ya sabido). Información, originalidad y novedad son en alguna medida, sinónimos. Los tres conceptos se encuentran en la génesis, el desarrollo y la forma final de las ideas. Pero a partir de la teoría matemática de la comunicación, la noción de «información» ya ha dejado de ser la «noticia», la «novedad» subjetiva que uno lee en la prensa, y pasa a ser la medida de la novedad o de la originalidad en términos objetivos, como por ejemplo, la complejidad de un sistema, de un organismo o la originalidad de un mensaje. La mente humana tiene una capacidad limitada para tratar la Información que recibe: a la velocidad de 16 bits por segundo.

El qué y el cómo

El objeto de este ensayo es separar bien claramente para una mejor comprensión, dos aspectos del pensamiento que se encuentran íntimamente ligados, pero que son diferenciables intelectualmente: la ideación como proceso y la idea como resultado. Y si esta última es una forma mental, el proceso por el cual ha sido construida tiene también la forma de su rastro: su recorrido temporal. Porque entre un problema y su solución, o un reto y su respuesta, siempre media una porción de tiempo. Con esto queremos ilustrar la diferencia que existe entre qué pensamos (una solución para una idea, una estrategia para un plan), y cómo procede la mente cuando piensa. Encontramos aquí dos formas interconectadas de creatividad: la primera es qué problema, qué objetivo nos hemos planteado resolver. La segunda concierne al cómo: el método, las técnicas mentales mediante las cuales la búsqueda será más eficiente.

¿Qué pesos tienen en todo esto la intuición y la razón? Tal como lo ha explicado a partir de sus investigaciones el profesor Gerd Gigerenzer³, la mayor parte de las decisiones las tomamos de manera intuitiva. Utilizamos la razón, pero mucho más la intuición, que es «la inteligencia del inconsciente». Una inteligencia sin pensamiento consciente, sin la cual estaríamos paralizados. También cuando se trata de las ideas. Nos costaría tantísimo tomar cada decisión, que tomaríamos poquíssimas en toda la vida. Una decisión cien por cien racional implicaría calibrar todos los factores, sopesar todas las consecuencias, valorar todos los costes y beneficios, cruzar finalmente miles de variables... Así, en lugar de solucionar un problema, estaríamos sopesando todas las eventualidades que pueden intervenir en él para poder decidirnos, o no, a buscar la solución.

Algunos, siguiendo a Gigerenzer, entendemos que la intuición es una capacidad humana muy valiosa, una herramienta maravillosa que asociar a la razón. Miles de hallazgos científicos e ideas innovadoras han sido intuiciones, conclusiones del pensamiento inconsciente... después metódicamente cristalizadas en un teorema o un invento. El mismo Einstein procedió así, desde una intuición hasta su fabulosa ecuación $E = mc^2$.

De todos estos temas trato en el libro reciente *La Forma de las Ideas. Cómo piensa la mente. Estrategias de la imaginación creativa*. El profesor Enrique Guillén, de la Universidad San Jorge, de Zaragoza, España, ha escrito a propósito de este libro, que «combina perspectivas y aportaciones de las ciencias naturales —astronomía, física, matemáticas...— y de las ciencias sociales —semiótica, sociología, comunicación, cultura...— configurando un conjunto sugestivo, exigente desde el punto de vista conceptual y atractivo para una sociedad saturada de información, pero quizá no tanto de conocimiento».

Publicado el 06/10/2008

-
1. Kilocaloría es la unidad de energía térmica igual a la energía necesaria para elevar en un grado centígrado la masa de un kilogramo de agua.
 2. *Bit* es la contracción de *binary digit* o cuestión binaria 0-1 que es la base de la digitalización.
 3. Gerd Gigerenzer es psicólogo, director del centro de comportamiento adaptativo y cognición del Instituto Max Plank para el desarrollo humano, Alemania.

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/psicologia-del-acto-creativo>

