

La creatividad humana: una indagación metafísica

Alfredo Marcos
Universidad de Valladolid
amarcos@fyl.uva.es

Resumen

Los apartados 1 y 2 intentan perfilar una fenomenología de la creatividad humana. A partir de ahí, y a modo de hipótesis, procuro esbozar unas bases metafísicas que resulten compatibles con esta fenomenología. Se trata de sugerir un ambiente metafísico que pueda albergar la creatividad humana, que sea amistoso para con ella, que no la anule, reduzca o falsifique, sino, al contrario, que la ampare y promueva. Iré elaborando este ambiente metafísico a través de la presentación de varios conceptos que tengo por cruciales en relación a la creatividad. Me refiero a los conceptos de sustancia (apartado 3), diferencia (apartado 4), semejanza (apartado 5) y tiempo (apartado 6). Este listado en modo alguno pretende ser exhaustivo ni sistemático. Más bien estos conceptos forman una constelación difusa y abierta, están relacionados los unos con los otros y conectados, a su vez, con otros conceptos, como los de acto y potencia o el de *autopoiesis*, que, en conjunto, configuran un ambiente amistoso para con la creatividad humana, un ambiente metafísico *filo-poético*, podríamos decir.

Palabras clave: creatividad, atomismo, sustancia, diferencia, semejanza, tiempo.

Abstract

By means of the sections 1 and 2 I attempt to outline a phenomenology of human creativity. From there on, and only by way of hypothesis, I try to outline some metaphysical foundations which could be compatible with this phenomenology. That is, I will suggest a metaphysical environment that can friendly accommodate human creativity, an atmosphere that do not annul, reduce or falsifies human creativity, but on the contrary, that protects and fosters it. I will develop this metaphysical milieu through the presentation of several concepts that I have for crucial in relation to human creativity. I refer to the concepts of substance (section 3), difference (section 4), similarity (section 5) and time (section 6). I do not intend this list to be a systematic nor a comprehensive one. Rather, these concepts form a diffuse and open constellation; they are related to each other and connected, in turn, to other concepts, such as act and potency or *autopoiesis*, which, together, form a friendly environment for human creativity, a *philo-poetic* metaphysical atmosphere, let's say.

Key words: creativity, atomism, substance, difference, similarity, time.

1. El lado humano de la creatividad

La creatividad es la capacidad de crear. Ahora: ¿qué es crear? Propongo asediar la cuestión en lugar de intentar un ataque frontal. Empecemos por el flanco etimológico: la palabra española *crear* viene del término latino *creare* y este, remota e hipotéticamente, de la raíz indoeuropea *ker*. En su campo semántico hay términos como *criar*, *crecer*, *cereal* y sus derivados, así como los términos griegos relacionados con *kóros* (joven). Es interesante la conexión de la etimología con la mitología a través de la diosa Ceres, patrona de la agricultura, que suele considerarse como la versión romana de la diosa griega Demeter, o sea, la madre que da, que produce.

Pasemos ahora al uso común del verbo *crear*. Habitualmente aparece rodeado por un sujeto, el creador, y un complemento directo, lo creado. Por ejemplo, se dice que Dios creó el mundo, hablamos de las criaturas de la naturaleza o de las creaciones humanas. Nos encontramos, así, con diversos modos del crear en función del sujeto creador. Es destacable que, tanto la etimología, como ciertos usos comunes, parecen advertirnos de que la creación es colaborativa. O sea, cuando decimos que estamos criando una planta, queda implícito que lo hacemos en colaboración con la naturaleza y, para los romanos, también con la diosa Ceres. Asimismo, la crianza de los hijos parece ser, según una opinión muy común, una labor colaborativa entre los padres y la sociedad en general, la naturaleza y Dios. No obstante, y a fines únicamente de análisis filosófico, vamos a prescindir por ahora de las formas de creatividad que podríamos hipotéticamente atribuir a Dios o a la naturaleza. La creación divina en la tradición judeocristiana se produce *ex nihilo*, a partir de la nada, sin necesidad de entidades antecedentes. Nos interesa, sin embargo, el caso de la creatividad humana, que no puede darse a partir de la nada, sino siempre a partir de alguna entidad antecedente.

Si nuestra creatividad parte de algo para crear algo, entonces su estudio habrá de preguntarse por estos dos polos, el de partida y el de llegada. ¿Qué tipo de entidades empleamos como punto de partida, como antecedentes para crear? ¿Qué tipo de entidades creamos?

Hagamos un examen preliminar de esta última cuestión. El ser humano, en tanto que ser natural y vivo, es capaz de desarrollo, crecimiento y reproducción. En este sentido participa de la creatividad natural al desarrollarse y producir nuevos individuos de la especie humana. Además, si queremos pensar el ser humano como imagen de Dios, también podemos atribuirle participación en la creación divina de nuevas personas

humanas dotadas de alma. No obstante, aquí dejaremos al margen estas formas, reales o hipotéticas, de participación humana en la creatividad natural o divina, para centrarnos en los modos más propiamente humanos de la creatividad y en sus productos.

Los productos de la creatividad humana son muy variados y difícilmente clasificables. Tenemos, por ejemplo, las ideas. Incluyamos entre las ideas, en un sentido muy amplio, los conceptos, imágenes, teorías, metáforas y otras muchas entidades mentales. También hay emociones y sentimientos en los que juega la creatividad humana, al menos en la medida en que aceptemos un cierto control voluntario e inteligente de nuestro universo emocional (Gregory y Pérez Ransanz, 2011). Del mismo modo, las acciones del ser humano son fruto de su creatividad: pensemos en acciones muy complejas, como cursar una carrera o defenderse en un juicio, pero también en otras mucho más radicales o puras, como pueden ser los movimientos corporales propios de la danza, del deporte o de la actuación dramática. Y, por supuesto, los artefactos son productos del crear humano. Entre ellos habría que contar las herramientas u objetos técnicos, las obras de arte, las instituciones sociales y probablemente muchos más.

Nos salen aquí al paso innumerables problemas de gran interés filosófico, pero que también tendremos que orillar en aras de la claridad y brevedad. Por ejemplo, está la cuestión de si ciertas instituciones sociales, como la familia, tienen o no carácter natural. También se nos presenta hoy día la cuestión de la artificialización del propio ser humano, es decir, empezamos a disponer de tecnologías que podrían acabar convirtiendo al ser humano en un artefacto de sí mismo (Marcos, 2010). Por otro lado, podríamos preguntarnos por la naturaleza de entidades como las obras de arte, que en parte son artefactos, en parte acciones y en parte ideas, o de las emociones, que no sabemos si son o no identificables con entidades mentales, y si estas, a su vez, pueden o no ser reducidas a sus bases físicas. Como decía, estas cuestiones han de quedar también en suspenso. Me centraré, pues, sin mayores cuestionamientos, en los productos más típicos de la creatividad propiamente humana, como los conceptos y las teorías, las obras del arte y de la técnica, e instituciones claramente humanas, como podría ser la universidad.

2. Intencionalidad y funcionalidad

Aceptemos, aunque sea de modo provisional y como simplificación para poder avanzar algún paso más, una división entre dos tipos diferentes de creaciones humanas: entidades mentales, por un lado, y físicas, por otro. Las entidades mentales que producimos los humanos no son simples objetos cerrados en sí mismos, sino que hacen

referencia a otras entidades, poseen intencionalidad. Muchos artefactos también refieren a algo exterior a sí mismos; se trata de su función. El concepto de caballo refiere, gracias a la intencionalidad, a los caballos concretos, la física newtoniana, entre otras cosas, al movimiento de los planetas. El hacha de sílex hace referencia a la función de cortar, el telescopio a la de mirar lejos y la obra de arte a alguna otra función, ya sea expresiva, didáctica, lúdica, ética, epistémica o quizá estética.

Pues bien, las preguntas filosóficas muchas veces arrancan del asombro o de la extrañeza. No deja de ser extraño y asombroso que nuestros productos, el fruto de nuestra creatividad, las ideas y los artefactos, conecten de algún modo con el mundo, con zonas de la realidad distintas de ellos mismos, ya sea a través de la intencionalidad o de la funcionalidad. Nuestros conceptos y teorías describen el mundo, y nuestros artefactos funcionan. No siempre, por supuesto, pero sí muy a menudo. ¿Por qué habríamos de encontrar ningún grado de correspondencia entre nuestras libres creaciones y las cosas? Esta cuestión ha sido presentada de modo literario, con la belleza de la concisión, en el *Ulises* de James Joyce, donde podemos leer: “He found in the world without as actual what was in the world within as possible” (Joyce, 2008: 180). A veces resulta que los espacios de posibilidad que ingeniamos -¿o descubrimos?- se ven correspondidos por el estado efectivo de las cosas. ¿Por qué habría de ser así? Es extraño, es asombroso.

La sorpresa que debería brotar en nosotros ha sido magistralmente expresada por Friedrich Nietzsche: “¡En primer lugar un impulso nervioso extrapolado en imagen! Primera metáfora. ¡La imagen transformada de nuevo en un sonido! Segunda metáfora. Y en cada caso un salto total desde una esfera a otra completamente distinta” (Nietzsche, 1990: 22). Es decir, Nietzsche entiende los conceptos como metáforas, y estas como saltos en el vacío, desde una esfera hasta otra completamente distinta. Lo extraño sería que los conceptos que creamos acabasen encontrando correspondencia en la realidad.

Y, sin embargo, nuestras creaciones son acogidas por el mundo. Nuestro lenguaje de algún modo “mapea” la realidad. La ciencia puede ser interpretada en clave realista, como una descripción hasta cierto punto acertada del universo, con aplicaciones tecnológicas que, dentro de ciertos márgenes, resultan funcionales. Quizá el ejemplo más notable lo encontremos en las matemáticas, donde algunas creaciones libres de nuestra mente acaban siendo empleadas como descripciones correctas de la realidad física. En un artículo aparecido en la revista *Scientific American*, leemos esta cita de Einstein: “How is it possible that mathematics, a product of human thought that is independent of

experience, fits so excellently the objects of physical reality?”. Y el propio autor del artículo, Mario Livio, muestra una extrañeza semejante: “As a working theoretical astrophysicist, I encounter the seemingly ‘unreasonable effectiveness of mathematics’ [...] in every step of my job” (Livio, 2011: 33).

¿Por qué se producen estas sorprendentes coincidencias? La respuesta que aporta Mario Livio es que las matemáticas son creación, invención de la mente humana, pero también, y al mismo tiempo, son descubrimiento. De acuerdo, pero ¿cuáles son las condiciones metafísicas para que nuestras creaciones puedan constituir al mismo tiempo descubrimientos de ciertas zonas de la realidad? ¿En qué mundo es posible el descubrimiento creativo? Una vez constatado el hecho -nuestros conceptos hablan sobre la realidad, nuestros artefactos a veces funcionan- y la sorpresa que nos causa, regresamos inexorablemente a las preguntas metafísicas: dado que nuestra creatividad no procede *ex nihilo*, ¿qué clase de entidades antecedentes requiere? Dado que los productos de nuestra creatividad conectan a menudo, aunque no siempre, con la realidad, ¿qué clase de entidades son estos productos? ¿Y qué textura metafísica ha de tener la propia realidad para justificar esta fenomenología de la creatividad humana?

Una primera respuesta, que siempre ha gozado de una gran popularidad, quizá por su aspecto sencillo, se basa en la adopción de una perspectiva que llamaremos atomista. Si nuestra acción creativa ha de partir de algo antecedente, supongamos que ese algo es en realidad la propia materia, entendida esta en términos absolutos, como un cúmulo de partículas atómicas, es decir, simples, indivisibles, inmutables y eternas. Tanto la producción natural como la artificial serán en cualquier caso procesos de combinación y de recombinación de partículas.

Por otra parte, las entidades mentales se conformarán, análogamente, a partir de elementos primitivos y mediante combinatoria de los mismos. No resulta forzado agrupar bajo el término *atomismo* tanto la combinatoria de partículas físicas como la de unidades del pensamiento. Recordemos que Bertrand Russell introdujo la expresión *atomismo lógico* (Russell, 1985). Este tipo de metafísicas que llamaremos, pues, en virtud de la simplicidad, atomistas, no nos sirven para dar cuenta de la creatividad humana, sino que más bien la aniquilan. Si todo se resuelve en una combinatoria de piezas básicas inmutables, ya sean átomos o ideas, entonces, en realidad, nunca se dan genuinas novedades. Siempre estamos ante las mismas entidades en diferentes disposiciones. Y si el número de los átomos es finito, las disposiciones serán además recurrentes. Añadamos

a esto que la física actual no parece muy compatible con el supuesto atomista de una materia absoluta. Y, por último, reconozcamos que el enfoque atomista tampoco da cuenta de la intencionalidad ni de la funcionalidad, es decir de la conexión entre nuestras creaciones y el mundo (Marcos, 2011).

3. Sustancias

Trataré ahora de esbozar, como hipótesis, un ambiente metafísico que dé mejor cuenta de la fenomenología de la creatividad humana. En primer lugar, y siendo cierto que la creatividad humana no puede proceder *ex nihilo*, el punto de partida no serán ya las partículas atómicas, sino las sustancias. Es decir, tendremos que abogar por una ontología que entienda la materia en términos siempre relativos. No hay materia en términos absolutos, sino siempre *materia-de*. Algo será materia tan solo en relación a una determinada sustancia. El mundo está poblado básicamente por sustancias. Dichas sustancias son diversas. Todo ello apunta hacia una ontología pluralista, no reduccionista. Por ejemplo, cada planta, cada animal, cada persona es una sustancia. Nuestros tejidos y órganos son materia en relación a tal sustancia. Las células lo son en relación a los órganos, y las moléculas en relación a las células. Los llamados átomos son materia para las moléculas, pero tomado cada uno de ellos como sustancia resulta que tiene, a su vez, una composición material. Señalar algo como sustrato material supone identificar previamente una sustancia de la cual es sustrato.

El caso paradigmático de sustancia es un ser vivo, un animal, una planta, una persona. Otras sustancias lo son de modo analógico o derivado, como sucede con los universales (por ejemplo, las especies), con los elementos físico-químicos, con otras entidades naturales (ecosistemas, configuraciones geológicas, paisajes, galaxias...), y con los artefactos, que serán sustancias en sentido accidental. Las entidades antecedentes para nuestra creatividad habrá que buscarlas, pues, en todas estas sustancias que nos rodean.

De manera más específica, las sustancias pueden ser vistas como lo que son o como lo que pueden ser, es decir, como acto o como potencia. Digamos que la realidad está constituida por lo que existe de modo efectivo, actual, y por lo que está en potencia. Lo posible es real, es parte de lo real. Me refiero a las posibilidades físicas, no meramente lógicas. El mundo está constituido no solo por lo que de hecho acaece, sino también por lo que puede acaecer. El punto de partida de nuestra creatividad está precisamente en esos

espacios de posibilidad que rodean a cada sustancia, en cada una de las sustancias vista desde el lado de la potencia, y no en unos supuestos componentes atómicos.

En consecuencia, el proceso creativo no será principalmente un proceso de combinación, sino de actualización. No es que no se dé una cierta combinatoria en algunos procesos, pero, en relación al asunto que nos ocupa, el de la creatividad, la combinatoria es un fenómeno más bien secundario.

Por fin, y tras algunos rodeos, podemos ensayar ya una primera escaramuza directa, un primer intento de definición del crear, al menos en su modo humano: el crear humano consiste en actualizar posibilidades. Para dar cuenta de la creatividad humana habrá que pasar de una ontología de la materia absoluta a una ontología de las sustancias, habrá que pasar de la combinación de átomos, a la actualización de posibilidades.

Supongamos, además, que las sustancias no están cerradas sobre sí mismas. Son entidades dinámicas e interactivas, abiertas las unas a las otras. Dentro de cada una de ellas, y también entre ellas, se dan relaciones de muy diversos tipos, relaciones a su vez interconectadas en múltiples formas. Por ejemplo, unas sustancias son capaces de generar otras. El paradigma de este proceso lo tenemos en la generación de los vivientes. Dicho proceso de génesis no se da por combinación de partes preexistentes, sino por *diferenciación*, desde lo homogéneo hacia lo heterogéneo. Es muy probable que la génesis por diferenciación, como modalidad de la actualización de potencias, tenga también una importancia central para la comprensión de la creatividad humana.

4. Diferencias

Parece sensato suponer que, al menos en parte, la creatividad humana procede de la creatividad natural, dado que el ser humano participa de lo natural. Dicho de otro modo, nuestra creatividad cabalga a lomos de la capacidad creativa de la naturaleza. Además, acabamos de enfatizar la importancia de los procesos de diferenciación en la creatividad natural. Gracias a ellos llegan a actualizarse, por ejemplo, las potencialidades que albergan los embriones y semillas. Luego, es muy posible que, al menos en parte, la creatividad humana se ejerza mediante procesos de diferenciación.

El crear humano consiste en actualizar diferencias. Crear es diferenciar. Ahora bien, el énfasis en la noción de diferencia nos coloca ya en la atmósfera típica de la filosofía postmoderna. La crítica heideggeriana al olvido de la diferencia, así como su reivindicación de esta noción, encontró eco inmediato en otros pensadores

contemporáneos, como Deleuze, Lyotard o Derrida (Heidegger, 1988; Deleuze, 1988; Lyotard, 1988; Derrida, 2012; Marcos, 2014). Permítaseme, pues, trabajar ahora sobre la noción de diferencia.

Los textos biológicos de Aristóteles denominan *diferencia (diaphorá)* a cada rasgo de un ser vivo. El viviparismo, la condición de herbívoro, la posesión de alas o de vesícula biliar son diferencias. Pero la noción de diferencia tiene, en Aristóteles, al menos dos significados que conviene distinguir. La diferencia puede ser entendida en un *sentido lógico*, como rasgo que diferencia, distingue, separa, una clase de otras, o bien en su *sentido físico*. En este segundo sentido se trata del rasgo en tanto que constitutivo de un ser vivo concreto. Para ambas acepciones podemos hallar usos en español. Según la primera, decimos que dos entidades son diferentes en tal o cual característica. Aquí la diferencia compara. Conforme a la segunda, hablamos del proceso de diferenciación de un viviente, que es tanto como su ontogénesis, la génesis de lo heterogéneo a partir de lo homogéneo y, con ello, la constitución de la propia entidad. Aquí la diferencia constituye, crea. Bien se podría decir, pues, que las diferencias comparativas son en realidad un subproducto de las constitutivas.

En la contemporánea filosofía de la diferencia podemos encontrar también una idea de diferencia constitutiva muy próxima a la de Aristóteles. El pensamiento de Deleuze, por ejemplo, se caracteriza por el deliberado intento de inversión de las nociones de identidad y diferencia. Tradicionalmente la diferencia se tomaba como algo secundario y derivado de la identidad. Para que puedan existir diferencias -se suponía-, antes deben existir sustancias idénticas cada una a sí misma entre las cuales establecer las diferencias. Quine ha concentrado esta idea en la fórmula: “no hay entidad sin identidad” (Quine, 1981: 129). Para Deleuze, a la inversa, son las diferencias las que generan identidades. De hecho, la identidad de una sustancia vendría dada por una serie de diferencias que, al mismo tiempo, constituyen internamente la sustancia (*diferencias internas*) y, secundariamente, la distinguen de otras entidades.

En opinión de Heidegger, identidad y diferencia han de ser pensadas conjuntamente¹. De hecho, la identidad de cada sustancia se constituye por diferenciación, y la diferenciación siempre lo es de una sustancia idéntica a sí misma. No son, por tanto, términos antitéticos, sino necesariamente complementarios. Una

¹ “La mutua pertenencia de *identidad* y *diferencia* se muestra en la presente publicación –advierte Heidegger- como aquello que hay que pensar” (Heidegger, 1988: 57. Cursiva en el original).

metafísica sustancialista no tiene por qué olvidar la diferencia, más bien hace énfasis en ella *junto con* la identidad.

Volviendo a la cuestión de la creatividad, podemos decir que una buena parte de la creatividad humana consiste en procesos de diferenciación que actualizan posibilidades implícitas en las sustancias. Se trata de creatividad propiamente humana, que se apoya en dinanismos naturales pero que va más allá de la acción de la naturaleza: resultaría muy improbable que la naturaleza por sí sola llegase a actualizar ciertas posibilidades. Es fácil encontrar ejemplos, especialmente en el campo de la creación de artefactos. Según Heidegger (Heidegger, 1989), la técnica descubre, actualiza, posibilidades que estaban en la naturaleza gracias a la acción creativa del hombre. La máquina de vapor, por ejemplo, actualiza los desplazamientos que la naturaleza podía rendir, pero no rendía, los parques eólicos actualizan la electricidad que hay en el viento. La técnica es, así, un modo de transformación, de actualización de la naturaleza. Vistas así las cosas, hay que convenir en que nuestra creatividad inventa al mismo tiempo que descubre, pues pone de manifiesto lo que estaba escondido como potencia. Lo hace por diferenciación, en una especie de viaje que va de lo homogéneo o indiferenciado a lo heterogéneo o diferente. Para actualizar la electricidad que yacía como posibilidad en el viento, diferenciamos el metal hasta crear las hélices en cuestión, dándole una determinada forma, tamaño, consistencia, textura superficial, posición, etcétera. Nuestra creatividad depende de las posibilidades que en efecto la naturaleza ofrece, cabalgamos a lomos de ellas, pero el actualizarlas o no depende de los procesos de diferenciación que de hecho emprendamos.

Esta interpretación de la creatividad humana es compatible con la fenomenología que habíamos identificado. De ser cierta, explicaría cómo y en qué medida el ser humano crea novedades a partir de entidades preexistentes. Daría cuenta también de la intuición, propia del sentido común, según la cual nuestra creatividad colabora con la creatividad natural, de modo que nuestras creaciones son a un tiempo descubrimientos.

Permítaseme, por último, señalar que uno de los productos más conspicuos de la creatividad humana es el propio ser humano. Cada uno de nosotros se produce a sí mismo, y lo hace, no desde cero, sino por diferenciación de algo dado. Parte de este proceso suele ser conducido por la propia naturaleza durante la ontogénesis, pero otra parte es obra de la propia persona y de su entorno social, que mediante diversas acciones y siempre dentro de ciertos límites, actualizan algunas posibilidades y otras no. Se trata, de nuevo, de un proceso de diferenciación, en continuidad con la ontogénesis, que atañe a muchas

dimensiones de la persona, como por ejemplo a la educación, que va desde la educación general más básica, hasta la especialización laboral. Y, de nuevo, estamos ante un proceso que es a la vez de realización y de descubrimiento, uno se autodescubre en la medida en que se autorrealiza (Marcos, 2014).

5. Semejanzas

La creatividad diferenciadora contribuye a la pluralidad, complejidad, riqueza, diversidad del mundo y al mismo tiempo depende de que el mundo sea como es, diverso, complejo, proteico... Digamos que nuestra creatividad parece pedir lo que Paul Feyerabend llama una metafísica de la abundancia (Feyerabend, 2001). Quizá, para incluir connotaciones más dinámicas o productivas, habría que hablar de una metafísica de la exuberancia. No solo es que el mundo contenga muchas cosas (abundancia), sino que además produce muchas y muy diferentes (exuberancia). Gracias a ese aspecto propio de una realidad de la que formamos parte podemos también nosotros ser creativos.

Esta forma de ver la realidad remite a las filosofías y teologías de la voluntad, como las de Ockham o Schopenhauer, en las cuales la abundancia, la exuberancia, la diversidad, la diferencia en suma, tienen su encaje. Pero Feyerabend titula su libro *La conquista de la abundancia*. Reparemos ahora en el término “conquista”. ¿A qué se refiere? Pues en cierto modo, paradójicamente, a la reducción o unificación de la diversidad de lo real en el conocimiento humano. Cuando vemos lo diverso lo vemos en una única visión. Ver es unificar. Cuando entendemos hacemos algo análogo, reunimos lo diverso, lo diferente, en un concepto, en una ley, en un golpe de conciencia. De hecho, el Dios omnipotente de Ockham tiene su contrapunto y complemento en el Dios omnisciente de Tomás de Aquino, y la voluntad es en Schopenhauer inseparable de la representación.

Feyerabend es perfectamente consciente de la inevitable distancia que hay entre nuestros conceptos y la realidad, que siempre los desborda. En términos clásicos hablaríamos de la ineludible separación que se da entre *physis* y *logos*. En clave literaria, el tópico aquí nos lo ofrece Shakespeare en su *Hamlet* (1.5.167-8): “There are more things in heaven and earth, Horatio, Than are dreamt of in your philosophy”.

Así es, la abundancia de la realidad nunca será plenamente conquistada por nuestro conocimiento, pero la empresa es irrenunciable. Y el hecho es que buena parte de nuestro impulso creativo lo dedicamos esta labor, a la conquista de la abundancia. O bien,

dicho de otro modo, a la búsqueda de semejanzas a través de las diferencias. Como sorprendente resultado, este intento de conquista de la abundancia genera más abundancia, pues las ideas que creamos pasan a formar parte de la realidad como tales ideas. En palabras de Feyerabend: “gran parte de la abundancia que nos rodea en la tierra surgió del intento por conquistar la propia abundancia” (Feyerabend, 2001: 13-14).

Con todo, nuestra intención epistémica era conquistar la abundancia. “El acto específicamente cultural –escribe José Ortega y Gasset- es el acto creador, aquel en que extraemos el *logos* de algo que todavía era insignificante (*i-lógico*)” (Ortega, 1946: vol I, p. 756). Aquí Ortega vincula la creatividad a la capacidad lógica, es decir, unificadora. Recordemos que el verbo griego *légein* está claramente emparentado con atar, unir, ligar, *to link*. Lo que la naturaleza o el artificio han diferenciado, nuestro intelecto se esfuerza por (re)unirlo en conceptos. Lo hacemos mediante el descubrimiento creativo de la semejanza que reside en lo diferente. Pero, ¿qué es la semejanza? Una relación que se establece entre dos cosas a través de un sujeto cognoscente. La relación de semejanza no está de modo actual en las cosas. En las cosas está en forma potencial, como capacidad para aparecer como semejantes a un sujeto cognoscente. El descubrimiento de la semejanza no siempre es fácil y no se impone sin más a un sujeto pasivo. El descubrimiento de la semejanza requiere sujetos cognoscentes activos, creativos. Pero, por otra parte, no es pura creación subjetiva, sino que tiene una base real, ya que esta relación triádica, entre dos objetos y un sujeto, sólo se establece correctamente si los objetos *pueden* ser vistos como semejantes, si existe en ellos una base potencial objetiva para establecer la relación (Marcos, 2011a).

Sin embargo, Nelson Goodman advierte que la semejanza es muy poco fiable. “Similarity –afirma Goodman- is insidious [...] Similarity, ever ready to solve philosophical problems and overcome obstacles, is a pretender, an impostor, a quack” (Goodman, 1992: 13). Es poco fiable especialmente si pensamos que está *ahí*, sin más, disponible y lista para solventar todos nuestros problemas epistémicos. Lo cierto es que la semejanza sólo tiene interés tras una ardua tarea creativa de actualización realizada por el sujeto. La semejanza misma no puede ser entendida de un modo estático, no debe ser vista como algo simplemente dado, ni como una relación diádica. Si la entendemos así, las protestas de Goodman serían acertadas. Para habilitar la semejanza dentro de una metafísica de la creatividad humana ha de entenderse como una relación triádica, en la que la actividad del sujeto es imprescindible.

Pero la relación de semejanza tiene una base real, según la cual no todas las conexiones pensables son adecuadas. Esta articulación es factible gracias a la distinción entre lo potencial y lo actual. La realidad está formada por lo actual y también por ciertos espacios de posibilidad. De este modo, las semejanzas están en la realidad objetiva como posibilidades, y pasan a ser actuales solo gracias a la creatividad de un sujeto. El crear humano consiste también en actualizar semejanzas a través de las diferencias.

Reparemos, por último, en que esta perspectiva de la semejanza es compatible con la fenomenología de la creatividad humana, incluso amistosa para con ella. Lo es en cuanto a las entidades antecedentes; en cuanto a la conexión intencional de nuestras creaciones mentales con el mundo; y lo es también en cuanto a los productos mentales más típicos de nuestra creatividad. La posibilidad objetiva de que dos entidades sean vistas como semejantes ofrece un punto de partida para nuestra creatividad. El hecho de que dicha posibilidad, como tal posibilidad, sea objetiva, resida en las cosas, y sea actualizada por el ser humano, da cuenta asimismo de la conexión intencional, siempre imperfecta pero innegable, entre nuestras ideas y las cosas. Y el hecho de que a partir de la semejanza descubierta creativamente se puedan elaborar metáforas, conceptos, clasificaciones, leyes o teorías se ajusta también al elenco de los productos mentales más conspicuos de nuestra creatividad.

6. Tiempo

El tiempo es la dimensión clave para la creatividad. Cuando nos referimos a la creatividad mediante expresiones espaciales, como “traer a la existencia” o “producir”, lo hacemos apelando a una especie de licencia lingüística. En realidad, no podemos tomarnos muy en serio aquí los verbos “traer” o “ducere”. Ambos indican desplazamiento, cambio de lugar. La creatividad humana no puede ser reducida a eso, a un mero cambio de lugar de las cosas. No es el caso que la existencia sea un lugar, ni que haya una especie de lugar fuera de la existencia, una especie de almacén universal, del que podamos traer cosas a la existencia. El sentido etimológico de *producir* tampoco es muy iluminador en este caso. Sugiere que las cosas pro-ducidas son llevadas o traídas delante, puestas, podríamos decir, ante nosotros, presentadas. Pero de nuevo queda implícito que la cosa desplazada ya era tal antes de ser desplazada. Es decir, la propia idea de creatividad queda negada o degradada. Por eso, aunque sigamos usando estas expresiones espaciales, ya que resulta inevitable hablar del tiempo con metáforas espaciales, hay que recordar las imprecisiones que de soslayo introducen.

De hecho, la creación entendida como mero desplazamiento cuadra bastante bien con la idea atomista de recombinación, o sea, de cambio de lugar de partículas elementales. La creación entendida como desplazamiento también sugiere una metafísica mecanicista, donde todo se resuelve en movimiento local. Pero en dicho ambiente metafísico, la creatividad queda en realidad anulada, e incluso el tiempo desaparece como tal, de modo que todo el pasado y el futuro están ya en el presente, al modo laplaciano.

Hay que aclarar que el mecanicismo es injusto incluso con la máquina. Al tomarla como modelo la idealiza, la saca del tiempo. Minusvalora la creatividad necesaria para traer al mundo un nuevo ingenio mecánico, prescinde de la complejidad interna de cada pieza, olvida que toda máquina real requiere mantenimiento y que está sometida a la gran corriente cósmica de la entropía.

Creatividad y tiempo parecen haber unido sus suertes, ambos desaparecen en un ambiente atomista y mecanicista, ambos florecen en una metafísica pluralista de las sustancias. La conexión entre la idea de tiempo y la de creación/destrucción está muy presente incluso en la iconología del tiempo, como sabiamente ha expuesto el historiador del arte Erwin Panofsky en su texto titulado “El padre tiempo” (Panofsky, 1988)². Más justo sería, pues, poner la creatividad en la dimensión temporal. Al hacerlo respetamos la fenomenología de la creatividad, que es temporal, y también la del tiempo, que es creativo: lo que antes no era, ahora es. Aquí el antes y el ahora nos indican la coordenada en la que nos movemos. De modo complementario, habría que decir que solo hay tiempo en sentido genuino si hay creación/destrucción de sustancias. Si solo hubiera mera recombinación, mero desplazamiento, no habría realmente tiempo. Si queremos ir fraguando un ambiente metafísico amistoso para con la creatividad, será mejor buscar inspiración en Leibniz antes que en Descartes, mejor en Bergson que en sus coetáneos positivistas.

Sabemos, sin embargo, que no es fácil hablar del tiempo (al menos fuera de los ascensores). Es ya un tópico la cita de San Agustín, según la cual uno sabe lo que es el tiempo hasta que alguien le pide que lo explique. Por ello, del tiempo solemos hablar en metáfora. Y es muy importante para nuestros presentes objetivos seleccionar cuidadosamente las metáforas que vamos a emplear para hablar del tiempo. Algunas de ellas son más amistosas que otras para con la creatividad.

² Para un estado de la cuestión sobre la filosofía del tiempo puede verse Castro, 2002.

La imagen más socorrida del tiempo es aquella que lo asimila a una dimensión espacial. Pensamos, así, el tiempo como una línea que recorremos. En esta imagen, la posición del sujeto sobre la línea marca el momento presente, el futuro está al frente y a la vista, mientras que el pasado queda a nuestra espalda –“la negra espalda del tiempo”, escribió Shakespeare³-. Miramos hacia el futuro y lo vemos allá al frente. La imagen es atractiva por elemental. El problema es que no se puede trabajar en pro de la creatividad con una imagen tan pobre y errónea del tiempo.

Para empezar, un futuro que esté ahí delante, a la vista, es un futuro que está ya de algún modo presente. Y un futuro presente es una extraña contradicción, como ya demostró Karl Popper al hilo de su crítica al historicismo (Popper, 1957). Es un futuro desposeído de toda su futureidad. Por eso, entre otras cosas, esta imagen del tiempo que venimos considerando no puede ser correcta. Si hasta aquí habíamos combatido, en aras de la creatividad, con el atomismo y el mecanicismo, aquí descubrimos la incompatibilidad básica entre el determinismo y la creatividad.

Propongamos, pues, otra imagen más adecuada para el tiempo. Podríamos, por ejemplo, pensar el tiempo como una serie de círculos concéntricos, el mayor de los cuales es el presente, que en su interior contiene los círculos del pasado, a modo de huella y memoria. En esta imagen, el futuro ni está en parte alguna ni se ve, sino que se hace. Hay que hacerlo, crearlo. La naturaleza y el ser humano están constantemente haciendo el futuro, que no está simplemente a la vista. Hay que crearlo, producirlo, generarlo, actualizarlo. Algo así le sucede al compositor musical, que retiene en el presente la suma integrada de las notas ya escritas, pero aun tiene que crear la próxima, que no está todavía en lugar alguno, ni viene predeterminada por las anteriores. El mundo está abierto a innumerables futuros posibles, que vendrán o no en función de nuestras acciones y de la marcha de la propia naturaleza. La línea biográfica e histórica a través de los círculos concéntricos del tiempo la vamos trazando nosotros, no está predeterminada, como sucedía en la vieja imagen del tiempo. Podemos salir del círculo del presente por cualquiera de los infinitos radios del mismo hacia un futuro aun por hacer.

En esta nueva imagen del tiempo, nuestra posición cambia. Lo que tenemos a la vista es el pasado, de él aprendemos para decidir y construir un futuro que está abierto, que está aún por hacer y que ha de ser hecho, porque la simple permanencia en el presente

³ "What seest thou else in the dark backward and abyss of time?" (*The Tempest*, acto 1, escena 2).

o el regreso al pasado son estrictamente imposibles. Esto nos descubre, de paso, que la creatividad es necesaria para todo aquel que quiera elegir una vida propiamente humana. Por expresarlo de otro modo, vemos el pasado, pero no podemos regresar a él. No vemos el futuro, pero tenemos que hacerlo para poder habitarlo algún día como presente. El pescador en su barca toma los remos con las manos y boga mirando la estela a popa. Más que un carril a seguir, tiene a proa un rumbo que inventar, una ruta posible que actualizar. Los ojos son nuestro nexo con el pasado, las manos con el futuro, valga la metáfora.

En la lengua de los Aymaras (Núñez y Sweetserb, 2006), también se utilizan metáforas espaciales para hablar del tiempo, pero, a diferencia de lo que sucede en las lenguas indoeuropeas, el futuro queda a la espalda y el pasado delante, pues vemos lo pasado, pero no lo que todavía no ha ocurrido. Incluso el lenguaje corporal de los viejos Aymaras es consistente aun con esta orientación, señalan hacia atrás para hablar del futuro. Sin embargo, esta forma de poner las cosas no hace justicia al hecho de que vivimos hacia el futuro, nos *proyectamos* hacia él, nunca hacia el pasado. Cuando hablamos del tiempo con la imagen espacial de la línea siempre cometemos alguna injusticia. Se debe al hecho biológico, corporal, de que normalmente avanzamos en el espacio hacia el mismo lugar al que miramos⁴. Un lugar, recuérdese, que *ya* está presente. Sucede así con nuestra marcha en el espacio, pero no en el tiempo. En el tiempo, el futuro no está presente.

Es esta una imagen que armoniza bien con la cosmología actual. Nuestro horizonte presente contiene, por ejemplo, la huella térmica de una explosión inicial, así como la luz emitida por las estrellas en el pasado. Lo que no contiene es el futuro del cosmos, que, obviamente, está por hacer. Y esta imagen concuerda también con la idea de la creatividad de Dios. Quizá aclare aquí las cosas una cita de Paul Feyerabend: “No todas las formas de abordar la ‘realidad’ tienen éxito [...] también hace falta que Dios, el Ser, o la Realidad Básica, reaccione de un modo positivo” (Feyerabend, 2001: 253-254). En lo que a la creatividad refiere, con esta observación hacemos justicia a la opinión común que citábamos más arriba. Según ella, la creatividad humana ha de arraigar en el dinamismo de la creatividad natural y divina: “En el presente ensayo –escribe Paul Feyerabend– examinaré la visión de los individuos y grupos que intentaron complementar este proceso (natural o divino) con decisiones propias conscientes” (Feyerabend, 2001: 14).

⁴ G. Lakoff ha expuesto la importancia que tienen los movimientos corporales para la construcción de las metáforas básicas a través de las que entendemos el mundo (Lakoff y Johnson, 1995).

En otras palabras, existe un modo propiamente humano de la creatividad. A diferencia de Dios, el ser humano no puede crear de la nada, a diferencia de la naturaleza, la creatividad humana está impulsada por una voluntad libre. Este modo humano tiene sus propias características, su fenomenología peculiar que hemos descrito; sí, pero, por otro lado, arraiga en unas dinámicas que van más allá del propio ser humano. Estas raíces de la creatividad humana que van más allá de lo humano aparecen sugeridas en numerosos tópicos de la mitología clásica, de la filosofía de todos los tiempos y de la sabiduría popular. No seguiré aquí esta línea de indagación, pues me llevaría muy lejos de los límites del presente escrito. Será camino para otra jornada. Tampoco pretendo en modo alguno entrar en el terreno de una teología de la creatividad. Me quedo con la cautela de Feyerabend, quien utiliza aquí tres términos, “Dios, el Ser o la Realidad Básica”. En todo caso, lo importante es señalar que la creatividad humana tiene sus más hondas raíces en un dinamismo que va más allá del propio ser humano, y que este acaba modulando según su propia naturaleza humana.

7. Resumen conclusivo

He partido de una aproximación fenomenológica a la creatividad humana. Esta mirada nos ha descubierto *i)* que el ser humano siempre crea libremente pero siempre a partir de entidades antecedentes; *ii)* que los productos de su creatividad son muy variados, van desde las ideas hasta los artefactos, pasando por otras entidades de dudosa adscripción, como las emociones o las acciones; *iii)* que estos productos conectan de alguna manera, ya sea intencional o funcional, con la realidad; y *iv)* que la creatividad humana arraiga de algún modo en alguna entidad o entidades que están más allá de lo humano.

A partir de aquí, he tratado de esbozar un ambiente metafísico concorde con estas características y, en general, amistoso para con la creatividad humana. Soy consciente de la enorme dificultad de la cuestión abordada y de lo muy modestas y fragmentarias que serán en todo caso las aportaciones que al respecto pueda hacer. Es evidente que muchos aspectos filosóficos importantes de la creatividad humana quedan necesariamente fuera de foco. Por citar solo unos pocos, he prescindido de las consideraciones lógicas referidas

a la creatividad humana (Aliseda, 2014), así como de las consideraciones éticas y psicológicas⁵, para centrarme solo en algunos vislumbres metafísicos.

En este sentido, la creatividad humana, como hemos visto, resulta refractaria a una metafísica atomista, mecanicista o determinista. La creación en estas condiciones no es posible, se reduce a mera (re)combinación. Descartada esta perspectiva, he propuesto una alternativa sustancialista. Supongamos que el mundo está compuesto por una pluralidad de sustancias, cuyo paradigma es el ser vivo concreto, pero que incluye también cosas tales como moléculas, galaxias, artefactos y conceptos, siquiera en un sentido analógico, derivado o accidental. Pongamos la materia como un término relativo a las sustancias, y destaquemos en las mismas la presencia de aspectos tanto potenciales como actuales. Desde este punto de vista, la creatividad será capacidad de actualización. Su producto inmediato en el plano físico será la diferencia, a partir de la cual creamos, por ejemplo, artefactos, y en el plano lógico la semejanza, a partir de la cual generamos, por ejemplo, conceptos. Y la correspondencia que a veces se da entre estas creaciones y el resto de la realidad será debida a que la actualización lo es de posibilidades reales. A estas consideraciones se ha añadido una reflexión sobre las imágenes del tiempo que pueden concordar con los rasgos propios de la creatividad humana. Esta reflexión viene exigida por el hecho de que la creatividad se da principalmente en la dimensión temporal. En conclusión, es un ambiente metafísico del tipo descrito el que resulta más prometedor para dar cuenta de la creatividad humana y más amistoso para el florecimiento efectivo de la misma.

Referencias bibliográficas

Aliseda, Atocha (2014). *La Lógica como herramienta de la razón. Razonamiento ampliativo en la creatividad, la cognición y la inferencia*. Milton Keynes (UK): College Publications.

Bachelard, Gaston (1988). *Fragments d'une poétique du feu*. París: PUF.

Castro, Sixto (2002). *La trama del tiempo*. Salamanca: Editorial San Esteban.

⁵ Las consideraciones psicológicas y educativas pueden ir desde simples consejos empíricos para fomentar la creatividad (Zeibig, 2015), hasta una psicología filosófica de la creatividad humana como la que desarrolla G. Bachelard (Bachelard, 1988).

- Deleuze, Gilles (1988). *Diferencia y repetición*. Madrid: Júcar. (Traducción de A. Cardín; edición original en francés, 1968).
- Derrida, Jaques (2012). *La escritura y la diferencia*. Barcelona: Anthropos. (Traducción de P. Peñalver; edición original en francés, 1967).
- Feyerabend, Paul (2001). *La conquista de la abundancia. La abstracción frente a la riqueza del ser*. Barcelona: Paidós. (Edición original en inglés, 1999).
- Goodman, Nelson (1992). “Seven Strictures on Similarity”, en Douglas, Mary y Hull, David (eds.), *How Classification Works*. Edinburgh: Edinburgh University Press, pp.13-23.
- Gregori, Cristina Di y Pérez Ransanz, Ana Rosa (2011). “Experience, Emotions and Creativity”, en Castro, Sixto y Marcos, Alfredo (eds.). *The Paths of Creation. Creativity in Science and Art*. Berna: Peter Lang, pp. 97-114.
- Heidegger, Martin (1988). *Identidad y diferencia*. Barcelona: Anthropos. (Edición bilingüe a cargo de A. Leyte y H. Cortés; edición original en alemán, 1955-57).
- (1989). “La pregunta por la técnica”, en Medina, Manuel y Sanmartín, José (eds.). *Tecnología, ciencia, naturaleza y sociedad*. Barcelona: Anthropos. (Edición original en alemán, 1953).
- Joyce, James (2008). *Ulysses*. Edición electrónica en www.forgottenbooks.org. (Edición original, 1922).
- Lakoff, George y Johnson, Mark (1995). *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra. (Edición original en inglés, 1980).
- Livio, Livio (2011). “Why Math Works?”, en *Scientific American*, agosto 2011, pp. 32-35.
- Liotard, Jean François (1988). *La diferencia*. Barcelona: Gedisa. (Traducción de A. L. Bixio; edición original en francés, 1983).
- Marcos, Alfredo (2010). “Filosofía de la naturaleza humana”, en *Eikasía, Revista de Filosofía*, año VI, 35, pp. 181-208.
- (2011). “Ontología de la creatividad”, en *Cadernos UFS de Filosofia* (Brasil), vol. 9, Janeiro-Junho/2011, pp. 33-49. (Accesible en: www.fyl.uva.es/~wfilosof/webMarcos/textos/Textos_2013/CadernosUFS.pdf).

- (2011a). “The Creative Discovery of Similarity”, en Castro, Sixto y Marcos, Alfredo (eds.). *The Paths of Creation. Creativity in Science and Art*. Berna: Peter Lang, pp. 195-211.
- (2014). “Ontología de la diferencia y sus implicaciones para la vida humana”. Ponencia leída en el *III Simposio Internacional del Grupo de Investigación Filosófica USB-USAL: Concepciones de lo Real*, Universidad de Salamanca, Salamanca, 8 de abril de 2014. (Disponible en: www.fyl.uva.es/~wfilosof/webMarcos/textos/textos2015/Ontologia_diferencia1_USAL.pdf).
- Nietzsche, Friedrich (1990). *Sobre verdad y mentira en sentido extramoral*. Madrid: Tecnos. (Edición original, 1873).
- Núñez, Rafael E. y Sweetserb, Eve (2006). “With the Future Behind Them: Convergent Evidence from Aymara Language and Gesture in the Crosslinguistic Comparison of Spatial Construals of Time”, en *Cognitive Science* 30, 1–49.
- Ortega y Gasset, José (1946). *Obras Completas*. Madrid: Revista de Occidente, vol. 1.
- Panofsky, Erwin (1998). “El padre tiempo”, en *Estudios sobre iconología*. Madrid: Alianza, cap. 3. (Edición original en inglés, 1939).
- Popper, Karl R. (1957). *The poverty of Historicism*. Londres: Routledge & Kegan Paul.
- Quine, Willard Van Orman (1981). *Theories and Things*. Cambridge (Massachusetts): Harvard University Press.
- Russell, Bertrand (1985). *The Philosophy of Logical Atomism*. Illinois: Open Court. (Edición original, 1918).
- Zeibig, Daniela (2015). “Estrategias para un pensamiento creativo”, en *Mente y Cerebro*, nº 70, pp. 36-41.