

capacidad creativa, por eso la persona es una intimidad de la que brotan novedades, una intimidad capaz de crecer"⁶.

Según esta afirmación, la existencia de un fuero interno posibilita las manifestaciones humanas a todo nivel. Tanto la música, el arte y el deporte, por sólo mencionar pequeños aspectos del entorno humano, no son frutos accidentales y anárquicos de nuestra naturaleza, sino que constituyen expresiones desde el interior personal de cada subjetividad⁷. Antonio Jiménez, en su libro *Enseñar a pensar*, argumenta que el pensamiento creador no es un lujo de minorías sino que "es desarrollar una dimensión profunda de la persona"⁸. En ese sentido, las manifestaciones creativas son resultado de un proceso constante de crecimiento personal.

El estado creativo, dice Alicia Prestigiacomo, es la libertad de pensar o resolver problemas sin la limitación de la razón formal⁹. Esto implica tener en cuenta que en la creatividad no sólo interviene la lógica sino todo un proceso de crecimiento humano; por este motivo, todos llevamos dentro una fuente inagotable de ingenio que posibilita nuestro actuar creativo en el mundo¹⁰.

Hay que tener claro que la creatividad, entendida como manifestación de un proceso de crecimiento personal, no se reduce sólo al ámbito de los resultados. Es cierto que vivimos en una época pragmática que busca resultados, pero debemos ser conscientes que en la creatividad "no hay obra ni producto final, sino una capacidad de expresión armoniosa y libre"¹¹. Esto no implica que efectivamente existan resultados originales, pero éstos son fruto de procesos creativos. La eficiencia no puede medirse en términos inmediatos y coyunturales,

sino en función de todo un proyecto humano. De no ser así, se estaría cayendo en la peligrosa práctica maquiavélica donde el fin se separa de los medios.

Se piensa, desde una postura moderna y positivista, que la creatividad se reduce al ámbito de la técnica y que sólo implica el desarrollo de la inteligencia¹². Sin embargo, hay que entender que "no es una técnica precisa, tampoco una serie de herramientas útiles que nos sirven para pensar distinto (...). Técnicas y herramientas son apenas prismas que nos ayudan a ver lo que significa vivir de manera creativa, pues vivir creativamente es una actitud ante la vida"¹³. En ese sentido, un actuar creativo implica un actuar personal desde dentro -sin importar lo que digan los demás- que concrete la sed de libertad.

La vivencia de la creatividad se convierte en una cualidad personal que acompaña existencias específicas y que se encuentra más cerca del modo de ser que del modo de hacer¹⁴. Hay que tener en cuenta que "la forma concreta en que se produce algo, el proceso de producción mismo, marcará tanto el resultado producido, como al mismo productor"¹⁵. De este modo, la creatividad no es un mero instrumento útil para alcanzar objetivos concretos; es, más bien, un proceso de crecimiento. Siempre se nos ha enseñado que la vida humana es como un camino donde lo más importante no es llegar. Bien lo decía Goethe: se camina no sólo para llegar, sino también para vivir en el caminar.

Pensar la realidad

El actuar creativo, dice Alfonso López Quintás, exige todo un proceso de desarrollo personal que no brota de la nada; al contrario, se requiere poner en forma la capacidad de pensar con rigor la realidad¹⁶. Cuando el ser humano alcanza un pensamiento ri-

6 Yepes Stork, R.: *Fundamentos de Antropología. Un ideal de excelencia humana*. EUNSA, Pamplona 1996, p. 77.

7 La vida se va produciendo entonces como una actualización progresiva de un potencial que hay dentro, potencial que se materializa y se desarrolla cuando se está en contacto con el exterior y se responde al estímulo de este. Algo exterior impresiona mis sentidos, y yo respondo con una percepción física y un reconocimiento mental de valoración, es decir un juicio, que determina mi acción, mi conducta. En mí actúa un estímulo para moverme, para luchar, para crecer, para amar. Y siempre es esta respuesta que sale de dentro lo que produce la acción. Lo exterior es la invitación; pero lo que realmente nos hace existir es la respuesta, lo que sale de mí. Véase Blay Fontcuberta, A.: *Creatividad y plenitud de vida*. Iberia, Barcelona 1989, pp. 14-15.

8 Jiménez Guerrero, A.: *Enseñar a pensar*. Palabra, Colección Hacer Familia 69, Madrid 1954, p. 176.

9 Cfr. Prestigiacomo, A.: *Creatividad a tu alcance*. Editorial de la Universidad Católica Argentina, Buenos Aires 2005, p. 9.

10 Ibid.

11 Sorín, M.: *Creatividad. ¿Cómo, por qué, para quién?* Labor, Barcelona 1992, pp. 56-57.

12 Al respecto podemos encontrar una serie de manuales de psicología moderna que hacen énfasis en las llamadas *técnicas de la creatividad*, sin profundizar en la noción de persona como una realidad íntima que trasciende la función cognitiva. Desde esta perspectiva, la creatividad es vista sólo como el resultado del entrenamiento de la inteligencia y no como un proceso de crecimiento personal.

13 Parra Duque, D.: *Creativamente. Secretos para pensar de maneras impensables*. Editorial Norma, Bogotá 2003, pp. 199-200.

14 Para una mayor comprensión de la diferencia entre el *modo de ser* y el *modo de hacer* puede leerse a Bobadilla Rodríguez, F.: *Empresas con alma, el arte de dirigir la organización*. Universidad de Piura, Piura 2001, pp. 17 y ss.

15 Sorín, M.: op. cit., p. 56.

16 Cfr. López Quintás, A.: *Inteligencia Creativa. El descubrimiento personal de los valores*. Biblioteca de Autores Cristianos, Madrid 1999, pp. XVII-XXV.

guroso, ha obtenido el requisito indispensable para vivir creativamente.

Ahora bien, ¿qué significa pensar con rigor? A primera impresión la respuesta podría ser sencilla apelando a la naturaleza racional de los seres humanos; sin embargo, el pensamiento riguroso no implica solamente un acercamiento lógico y objetivo al entorno. Para pensar con rigor se requiere tener la sensibilidad necesaria para penetrar y vincularse con la realidad, haciéndole justicia y no violentándola¹⁷. Cito un ejemplo de López Quintás para aclararnos:

“Una joven recién casada comenta con su madre las dificultades que tiene en su nueva vida. La madre se limita a decirle: «Hija, te has casado; ahora te aguantas». ¿Podemos decir que la madre piensa con rigor? Para saberlo veamos si penetra en lo que es la vida humana. Al casarse, la joven crea un hogar con su marido, donde normalmente surgen problemas. ¿Qué debe hacer la joven? ¿Debe acaso aguantar el sufrimiento de las molestias? De hacer esto último quedaría igualada con los muros y las columnas, cuya función básica es aguantar. Pero una persona no está llamada a comportarse como realidades infrahumanas. Un ser personal tiene como tarea básica en la vida comportarse creativamente. La joven prometió crear un hogar. En toda circunstancia, favorable o adversa, debe ser fiel a la promesa, y ser fiel significa exactamente crear en todo instante aquello que prometió crear en un momento determinado”¹⁸.

En este caso, no ver el carácter creador, activo y responsable de la fidelidad humana, significaría quedarnos únicamente en la superficie del problema y no comprender con verdadera profundidad la realidad de la vida en el matrimonio. El conocer la viveza de la realidad posibilita el planteamiento de soluciones creativas y -al mismo tiempo- permite el crecimiento de la inmanente interioridad humana. Cuando una intimidad es fuerte en fundamentos reales, y sensible al entorno, podrá manifestar novedades que no distorsionen la naturaleza.

Sin embargo, alguien podría objetar diciendo que en la vida práctica no encuentra mayor esfuerzo creativo en ser fiel a una promesa. Más aún, la vida marital es un asunto de cotidianidad y en ello no hay nada novedoso ni extraordinario. Puede que tenga razón, pero habría que ver qué entiende por innovador. Si damos una

mirada rápida a los principales hitos innovadores del desarrollo científico, veremos que no fueron logros obtenidos más allá de la sencillez del entorno. La teoría de la relatividad, la gravedad, el descubrimiento de curas a enfermedades, fueron en su momento soluciones creativas, que en el fondo no eran otra cosa que el resultado de la reflexión personal con la realidad. Lo que ha pasado es que la modernidad impide que veamos un remedio como fruto de un esfuerzo humano creativo¹⁹. Hay que recordar que en la realidad cotidiana se encontraron las soluciones creativas para los problemas pasados.

Una madre que amamanta a su hijo con ternura, creando así una relación afectiva indispensable para el recto desarrollo del ser humano, ¿realiza un acto anodino, en sentido poco o nada valioso, o se comporta más bien de forma eminentemente creativa por fundar un vínculo que decide el futuro de un ser humano y, consecuentemente, el de la sociedad? Acciones espectaculares ante la opinión pública resultan, a menudo, escasamente creativas; sin embargo, existen innumerables acciones cotidianas, guardadas en el anonimato, que alimentan la vida de sentido, que deben ser consideradas por derecho propio como eminentemente creativas²⁰.

Para ejercitar la capacidad creativa, sostiene Diego Parra, es necesario que el ser humano rompa con los prejuicios de su entorno. Pensar que las cosas siempre serán de una misma manera anula la posibilidad de desarrollar la creatividad,

pues “uno de los mayores obstáculos que nos impide desarrollar todo nuestro potencial creativo radica en el hecho de que los seres humanos nos acostumbramos demasiado a nuestros hábitos y rutinas”²¹. Esto implica que se rompa con los prejuicios del pensamiento y que miremos no sólo con los sentidos, sino con el corazón.

La creatividad siempre está de moda

Es cierto que asociamos creatividad y novedad, y sin duda existe un vínculo entre lo creativo y lo nuevo. Sin la espontaneidad de lo inesperado la creatividad se bloquea. Ahora bien, ¿qué entendemos por nuevo o novedoso?

17 Cfr. *Ibid.*, pp. 7-10.

18 *Ibid.*, p. 8.

19 Cfr. Sorín, M.: cit., p. 47.

20 Cfr. López Quintás, A.: *Inteligencia Creativa. El descubrimiento personal de los valores*, cit., p. XXV.

21 Parra Duque, D.: *Creativamente. Secretos para pensar de maneras impensables*, cit., p. 43.

El entorno nos enseña que lo nuevo se concreta en la fugacidad de las modas donde todo parece que comienza cada día. Sin embargo, no podemos entender la creatividad como un constante parpadeo inestable. Lo que nos ha sucedido, denuncia Mónica Sorín, es que hemos perdido la capacidad de sorprendernos. Cuando desaparece el asombro no podemos ver la verdadera naturaleza del entorno que nos rodea y el proceso creativo se trunca. Este asombrarse no es un observar sin más: implica comprender con la inteligencia y con el espíritu que hay realidades que superan el ámbito sensorial como el dolor y el sufrimiento²².

Cuando una pareja de esposos deja de sorprenderse, por ejemplo, muere el amor y con él la creación. En el fondo, no han asimilado su auténtica situación matrimonial. Cuando se comprende la verdadera naturaleza del amor, entendido como la voluntad esencial de auto-donación mutua y generosa, éste se ve enriquecido con pequeños detalles creativos. Es la misma realidad amorosa, pensada en profundidad, que permite la novedad.

El contexto vanguardista del arte no distingue entre novedad y extravagancia. Si, por ejemplo, damos una mirada al dadaísmo²³ veremos que un urinario puede ser expuesto en un museo -y de hecho lo fue- como una obra de arte creativa²⁴. ¿Con qué criterio se tilda de creativa la exposición de este accesorio doméstico?, ¿acaso estamos frente a la relatividad de lo novedoso?

En realidad, sostiene Jorge Latorre, existe una forma universal de ser artista, la cual consiste en respetar los valores universales humanos que deben partir desde la realidad íntima del creador. Por encima de la técnica específica que domine el artista se encuentran los valores que lo motivan a concretar una obra. La verdadera libertad se enmarca dentro de los valores humanos que tienen como raíz la Ley Natural²⁵. Un verdadero creativo, consecuentemente, tiene obras que trascienden los parámetros espacios temporales.

22 Cfr. Imízcoz, T.: *Manual para cuentistas: el arte y oficio de contar historias*. Península, Barcelona 1999, p. 44.

23 El dadaísmo es una forma de expresión artística freudiana donde el artista trata de expresarse instintivamente sin prejuicios reutilizando objetos ya hechos para una función estética.

24 Latorre Izquierdo, J.: "El Arte ha muerto ¡viva el arte!" Ensayo publicado en *Nuestro Tiempo*, noviembre de 1999, n. 545, 114-120. El creativo, entendido como el amo y señor de lo que produce, abre la posibilidad de ampliar la noción de creatividad. Marcel Duchamp, padre del dadaísmo, afirmó que *el arte es lo que el artista dice que es arte*. Desde esta postura se exhibió en 1917, en una sala de New York, un urinario como una muestra de arte creativo y original.

25 Latorre Izquierdo, J.: op. cit., pp. 114-120.

Vale la pena recordar la publicidad titulada La magia de la solidaridad -encargada por la fundación Ponle Corazón a favor de los niños con cáncer del Perú- que en el año 2005 obtuvo el León de Oro en Cannes dentro la categoría Film. Un gran logro²⁶. La pieza creativa, ejecutada por la agencia Leo Burnett y reconocida dentro de las cinco mejores del mundo el año de su premiación, apela no a un caso circunstancial o fortuito, sino a valores universales que superan las coordenadas espacio-temporales. En palabras de Juan Carlos Gómez, director creativo de la agencia, esta muestra creativa "es una pieza atemporal, no responde a patrones, ni a modas. Su fortaleza como idea está en que saca a relucir la parte buena del ser humano"²⁷.

Decía George Lois, un gran publicitario en los EE.UU., que un verdadero creativo debe ser elevado a la categoría de ciudadano del mundo²⁸. Esto implica que sus ejecuciones creativas deben ser pensadas para superar cuestiones coyunturales. Inclusive, superar las barreras idiomáticas y culturales para centrarse en los valores de la persona. No en vano Leo Burnett sostuvo "hagamos avisos que se entiendan en Turquía".

Más allá de lo evidente

Para ser creativos es necesario acercarse a la realidad, dialogar con ella, pensarla con rigor. Esto implica ir más allá de la lógica de las apariencias (no sólo quedarnos en el plano empírico-experimental) y penetrar sensiblemente en el núcleo de la naturaleza. La sensibilidad para captar la realidad, como sostiene Teresa Imízcoz, es "la capacidad de entender una pluralidad de significados y de expresiones; es ver más allá de lo externo y entender el lenguaje de los sentimientos y del corazón

26 En una plazuela, un entrañable mago ejecuta actos de magia que capturan la atención de la concurrencia. Luego pasa el sombrero, que se llena de billetes y monedas, al mismo tiempo que una niña atrae su atención por completo. El mago la invita a pasar al centro, sacándole el gorrito para descubrir que ha perdido el pelo por la quimioterapia. La madre de la niña se angustia. El mago pone su sombrero de copa lleno de billetes a la niña hasta cubrirle la cabeza, hace unos pases mágicos y al sacarle el sombrero vemos que ha recuperado el pelo. La niña se toca la cabeza y siente su pelo, feliz. El público y la mamá se emocionan mucho aplaudiendo al mago efusivamente. El spot -mudo- concluye cuando el mago cierra su baúl de trucos y en la tapa se lee: *la magia de la solidaridad*. El mago hace un gesto hacia la cámara invitando a colaborar. Finalmente vemos una alcancía con la fecha de la colecta nacional.

27 Ramírez, K.: "La magia de la solidaridad. León de Oro en Cannes 2005". www.andaperu.org/andaneu/revista_54/ANDA70pdf; 13 de diciembre de 2006.

28 Arnau, E.: "Rara habilitas. La formación de un director de arte". www.paginadigital.com.ar/articulos/varios/arnau.html; 15 de diciembre de 2006.

humano. En definitiva, la sensibilidad es saber ver no sólo con nuestros ojos sino con todo nuestro ser, con todos los sentidos y los afectos, y con el espíritu²⁹.

Incluso lo que podríamos llamar "cosas" también pueden ser pensadas con rigor, superar su fría objetividad, y presentar novedad. Cabría hacer memoria y recordar el popular cuento titulado El principito para hacernos una idea clara de lo que implica mirar la realidad más allá de lo aparente y vincularse con ella. En un pasaje de la historia el principito le pregunta al aviador "¿qué es esa cosa?" y el aviador responde "eso no es una cosa. Eso vuela. Es un avión, mi avión"³⁰. Lo que a primera impresión podría parecer una respuesta ilógica, cobra mucho sentido cuando comprobamos que en las realidades objetivas el hombre no sólo encuentra cosas, sino posibilidades³¹.

Así tenemos, por ejemplo, que una partitura musical es una realidad puramente objetiva; pero, sin embargo, es un vehículo expresivo que permite al artista entrar en una realidad estética -la obra musical en su conjunto-. Actuar de modo creativo implica, pues, recibir activamente las oportunidades que el entorno nos ofrece para dar origen a algo nuevo dotado de valor y sentido³².

Quien mira la realidad como posibilidad es porque algo de asombro hay en él respecto a su entorno. Ante un pantano una persona común y corriente podría no ver nada; sin embargo, quien tiene espíritu empresario probablemente esté ante una oportunidad de negocio. Con el terrorismo en el Perú, la mayoría de los comerciantes de la sierra central vieron pánico y terror; pero

también existió una familia de apellido Añaños que sacó provecho de la situación emprendiendo un negocio de bebidas gaseosas. La originalidad la podemos encontrar en situaciones aparentemente intrascendentes que no son complicadas, pero se necesita de educación personal para asimilar que la sencillez es la mayor sabiduría.

Una actitud creativa supone traspasar la barrera del egocentrismo para abrirse a los demás. En ese sentido, la creatividad -o la actitud creativa- puede ubicarse en la base de la ética porque implica superar el individualismo al desplegarse hacia una comunidad. Esto supone, en palabras de Gabriel Marcel, "que el proceso creador, aun siendo menos manifiesto, no es menos efectivo allí donde se realiza un progreso personal, sea el que sea"³³. Vivir éticamente implica, desde luego, una tarea creativa.

Lo que se requiere en la creatividad es una actitud de apertura a la realidad por encima de la inspiración. Silvia Adela Kohan sostiene que la inspiración es el resultado del trabajo constante alrededor de un tema específico³⁴, por tanto, se llega a ella a partir de un trabajo previo. Dicho trabajo consiste en la búsqueda de ideas y, después de ello, aparecerá en escena la inspiración. Es algo que se encuentra porque se busca.

Creatividad y conocimiento

En la creatividad son necesarias las ideas, pero éstas no nacen solas. El conocimiento -que también ayuda al crecimiento interior- no es creatividad; sin embargo, no puede existir creatividad sin conocimiento³⁵. Si queremos soluciones creativas respecto a cómo ordenar nuestra casa, no se nos ocurrirá llamar a un amigo con buenas intenciones, pero sin la menor idea del manejo de los espacios. En este caso, nos ayudará un decorador de interiores experto en el tema.

Si miramos rápidamente, por ejemplo, la vida de Leonardo Da Vinci, genio de la pintura del Renacimiento en Florencia, veremos que sus innovaciones fueron fruto de lo vivido con sus padres y de lo aprendido con Andrea Verrocchio, su maestro³⁶. Leonardo, a quien sin temor a dudas se le confiere el título de creativo por su

29 Imízcoz, T.: *Manual para cuentistas: el arte y oficio de contar historias*, cit., p. 44.

30 De Saint-Exupery, A.: *El principito*. Fernández Editores, 18ava edición, Traducción de Manuel Alba Bauzano, México 1968, p.12.

31 Es lo que el profesor López Quintás llama *ámbitos*, y hacen referencia a realidades supra-objetivas que envuelven la vida humana. La persona tiene tal relación con las cosas, que les confiere un valor superior y las sube, por decirlo de algún modo, de rango. Objetivamente, por ejemplo, un adorno del día de la madre podría tener un precio mínimo dependiendo del material que se haya empleado en su elaboración; pero tendrá una valoración distinta si ha sido confeccionado especialmente para la ocasión por un niño de 4 años para su progenitora. Su valor objetivo ha sido superado.

32 Cfr. López Quintás, A.: *Liderazgo creativo. Hacia el logro de la excelencia personal*. Ediciones Novel, Oviedo 2004, p. 56. Lo podemos entender, por ejemplo, del siguiente modo: "Una partitura me ofrece posibilidades de crear sobre el teclado del piano una sonata de Domenico Scarlatti. Si sé tocar este instrumento, puedo recibir activamente tales posibilidades porque soy capaz de convertir las formas musicales que ellas sugieren en formas reales, sonoras. Al hacerlo, actúo creativamente" (p. 167).

33 Marcel, G.: *Homo viator. Prolegómenos a una metafísica de la esperanza*. Traducción de María José de Torres, Ediciones Sígueme, Salamanca 2005, p. 37.

34 Cfr. Kohan, S.: *Los secretos de la creatividad. Técnicas para potenciar la imaginación, evitar los bloqueos y plasmar las ideas*. Alba Editorial, Barcelona 2004, pp. 49-51.

35 Cfr. Jiménez Guerrero, A.: op. cit., p. 180.

36 Cfr. Bobadilla Rodríguez, F.: *El Código Da Vinci: de la ficción a la realidad*. 4ta edición, Realidades, Lima 2006, pp. 15-20.

universal producción artística, presentó obras que fueron fruto de su interioridad cultivada en sensibilidad y, por supuesto, conocimiento.

Normalmente se piensa que las ideas originales y creativas nacen sin previo aviso y por circunstancias fortuitas, pero no es lo más frecuente. La creatividad y las aportaciones novedosas "se sustentan y surgen desde la base de unas experiencias y conocimientos sólidos, profundos"³⁷.

La incubación y pensamiento creativo suelen ser fruto de un proceso de ardua preparación y reflexión. Son célebres frases de inventores y creadores del tipo "para crear, hace falta 10% de inspiración, y 90% de sudor". La inspiración no está dentro del campo de lo divino o de unos cuantos elegidos. El creativo no sigue al grupo³⁸. Vista así, la manifestación creativa es más un tema de esfuerzo que de buena suerte. Cuando a Edgar Allan Poe se le preguntó cuál era la causa de sus ocurrencias originales, el respondió "pensando siempre en ellas".

Es clásica la expresión nadie puede dar lo que no tiene, y en el proceso de creatividad ésta cobra mucho sentido. Las soluciones creativas son fruto del crecimiento interior de cada persona en conocimiento y sensibilidad. Un creativo no espera un chispazo providente de ingenio para realizar una pieza; por el contrario, es alguien que constantemente mira películas y series de televisión, lee libros y revistas, conoce lugares, y analiza mucha publicidad. Obtiene una experiencia de vida que permite enriquecer su interior y que luego se manifestará en situaciones concretas. Sin ese crecimiento interno no se puede despertar a realidades ajenas: un publicista sabe que los premios no se ganan, se construyen.

Continuar la naturaleza

La persona creativa siente y asienta los sucesos en su interior, aunque a veces sea inconscientemente; pondera, se podría decir, las cosas en su corazón. Lo más fácil es darse cuenta de lo grande o evidente; sin embargo, quien es creativo y sensible a la realidad capta lo pequeño y sutil³⁹. La creación artística no es sólo un hacer o conocer sino una comunicación con la realidad que hace presente el ser. En ese sentido, el artista puede asumir la alta responsabilidad de continuar la creación, perfeccionando este mundo y haciéndolo más bello. Como bien dijo Dante a los artistas, vuestro arte es de Dios nieto⁴⁰.

A los griegos no les faltaba razón al asegurar que la capacidad de crear tiene, en parte, origen divino, pues "Él nos ha repartido sus dones con absoluta generosidad, a todos nos ha dado la capacidad de crear encomendándonos a nosotros a desarrollarla adecuadamente. A unos en la ciencia, a otros en el arte, en lo social, en lo afectivo, etcétera. Cada uno lleva dentro de sí la capacidad de crear, de desarrollar sus ideas, de avanzar un paso más en el crecimiento personal"⁴¹. El creativo debe ser, en consecuencia, un continuador del ser y no un destructor y colaborador de la nada.

Con seguridad podemos afirmar que toda solución creativa es siempre una solución humana⁴². Al problema de la pobreza, por ejemplo, podemos darle múltiples soluciones, pero serán viables -y originales- si respetan la dignidad humana. No se le ocurrirá a algún 'supuesto creativo' decir que la miseria económica se acabará eliminando a los ciudadanos improductivos y de escasos recursos⁴³. En ese sentido, sólo será manifestación creativa aquello que se dirige a la verdad y al bien. Pensar creativamente es aportar algo valioso y bello⁴⁴. Por ello, "hoy, como nunca, se necesitan individuos creativos para salvar el salto entre una sociedad tecnificada, entre una tecnociencia y un hombre semiparalizado, pasivo. Necesitamos gente capaz de seguir demostrando la supremacía del individuo sobre la máquina"⁴⁵.

No podemos aceptar como creatividad aquello que atenta contra la verdad; sería un contrasentido. Al contrario, la mentira es lo más fácil de lo que podemos echar mano para sorprender a los demás. Es cierto, por ejemplo, que las novelas de ficción no son verdaderas, pero sin embargo le damos el título de creativas; esto ocurre porque ellas se mueven dentro de la característica de verosimilitud, pues su verdad responde a una lógica interna de un microcosmos ficticio⁴⁶.

La clave para ser creativos está en la misma persona y su vínculo con el entorno que la rodea. Cuando un ser humano se enfrenta a la sencillez de la realidad, que en el fondo es la verdad, crece en su interioridad y obtiene lo necesario para manifestarse creativamente. No es un tema de técnica, sino de mucha humanidad.



37 Jiménez Guerrero, A.: op. cit., p. 179.

38 Cfr. Sorín, M.: op. cit., pp. 50-55.

39 Imízcoz, T.: op. cit., p. 46.

40 Blanco, P.: *Estética de bolsillo*. Manuales de Filosofía, Colección Albatros, Ediciones Palabra, Madrid 2001, pp. 90-92.

41 Prestigiacomo, A.: op. cit., p. 12.

42 Cfr. Jiménez Guerrero, A.: op. cit., pp. 180-183.

43 Sería igualmente descabellado que una madre viva su embarazo y su parto como una enfermedad y sufrimiento. Esto, probablemente, generaría una visión inhumana de lo humano, lo cual es una contradicción insoluble, que se expresará -posiblemente de manera vitalicia- en la relación madre-hijo, a través de diferentes mecanismos: culpa, miedo, dobles mensajes, chantajes psicológicos.

44 Cfr. Jiménez Guerrero, A.: op. cit., p. 177.

45 Prestigiacomo, A.: op. cit., p. 10.

46 Cfr. García Noblejas, J.: *Comunicación y mundos posibles*. Universidad de Navarra, Pamplona 1996, pp. 221-222.