

Criptomnesia: una manera creativa de disfrazar el plagio

Publicado en: [Diseño](#)

A pesar de ser una de las prácticas con peor reputación en el ámbito profesional, los casos de plagio son más comunes de lo que se puede esperar. Desde el mundo de la comunicación y el márketing hasta el mundo artístico o científico inclusive, las ideas se han repetido como propias una y otra vez casi sin pensar. Pero ¿por qué?

Una de las situaciones más bochornosas en la vida es el momento de descubrir que una idea que creíamos propia resulta ser de otro. Pero, por increíble que parezca, este plagio involuntario es uno de los muchos baches en los que nos puede hacer caer nuestro cerebro, simplemente por la forma en que funciona la memoria.

A todos nos habrá pasado alguna vez, aunque no nos hayamos dado cuenta, el haber tenido una idea genial a partir de algo que leímos o escuchamos. Sin embargo, la sensación de familiaridad en ese momento no aflora, haciéndonos creer que la misma es una ocurrencia propia. Esto **se debe a que el recuerdo no se ha integrado en la memoria episódica**, generando un caso de **paramnesia de recuerdo sin reconocimiento**.

Se denomina «criptomnesia» o «recuerdo oculto» a este fenómeno por el que las memorias no se reconocen como tales en un momento dado y, casi sin pensarlo, se experimentan como ideas originales.

Se trata de un fenómeno **más habitual de lo que podríamos imaginar, especialmente en el mundo científico y el artístico**. El término nació asociado sobre todo a la literatura, con el descubrimiento de algunos escritores que habían tomado ideas de otros sin ser conscientes del plagio. Existen casos famosos como el de Nietzsche copiando a Carl Jung, el de Robert Louis Stevenson tomando ideas de Robinson Crusoe para «La Isla del tesoro», o el de Umberto Eco tomando prestada la idea del libro envenenado para «El nombre de la rosa». Lo que tienen en común todos los casos es que los autores habían leído en algún momento sobre una idea y esta había quedado en su memoria hasta resurgir un día como propia.

Este fallo de memoria fue alegado por el abogado de George Harrison para defenderlo de la acusación de plagio por su canción «My Sweet Lord». Incluida en el álbum «All Things Must Pass», publicado tras la disolución de Los Beatles, la canción recordaba sospechosamente a otra de la banda femenina de los 60 «The Chiffons». El hecho no pasó desapercibido y fue denunciado. Finalmente, después de varios años de litigio, Harrison fue multado por «plagio inconsciente» o criptomnesia.

¿Por qué ocurre esto y cómo se produce?

Lo que saben los psicólogos es que el fenómeno de criptomnesia puede ocurrir de dos formas: la primera consiste en tomar la idea de otro y considerarla propia y la segunda se basa en tomar una idea que uno ya expresó en el pasado y manifestarla como novedosa (una especie de autoplagio inconsciente).

En los [experimentos con voluntarios](#) se les pidió que propusieran palabras dentro de una categoría (por ejemplo: tipos de pájaros) y posteriormente que generaran nuevas palabras, recordando cuáles fueron sus propuestas y cuáles las de otros. El resultado fue que **en hasta un 9% de las ocasiones, las personas consideraron como propias ideas que habían propuesto otros, simplemente porque durante el proceso de impregnación del recuerdo se mezclaron las ideas**, aportando como nuevas las cosas que ya habían dicho antes. Por otro lado, se comprobó que **la incidencia tendía a aumentar cuando la fuente de la idea quedaba alejada y se reducía cuando se les pedía a los voluntarios que prestaran atención específicamente al origen de las ideas**.

Otros estudios han permitido descubrir que si alguien formula una idea inmediatamente antes que nosotros, el cerebro es más propenso a apropiársela en una ocasión posterior. Y que los “plagiadores” tienden a apropiarse de ideas correspondientes a personas de su mismo género. Se cree que esta relación se debe a que existen más similitudes en la forma de pensar entre las personas del mismo género; lo cual exacerbaría aún más la fuente de la confusión.

La criptomnesia es, básicamente, la generación de una palabra, idea o solución que ya existe con anterioridad creyendo que es totalmente original y que es fruto de nuestro esfuerzo mental. Muchos autores también la definen simplemente como un error de atribución de la fuente.

Así y todo, existen diferentes tipos de criptomnesia.

El primer tipo se debe a la familiaridad. La persona regenera **una idea que ha adquirido anteriormente** pero cree que es una creación original. Vale aclarar que la idea puede ser de otra persona o incluso puede ser una idea propia anterior; la esencia es que la persona olvida que era una idea anterior y la considera novedosa. En este caso la criptomnesia se debería a una suerte de **efecto de la «Bella Durmiente»**; la idea queda abandonada en una especie de letargo hasta que, un buen día, la persona la recupera de su memoria y considera, erróneamente, que es nueva.

El segundo tipo de criptomnesia es resultado de un error de autoría, donde las ideas de los otros son recordadas como propias. En este caso la persona reconoce que la idea es antigua pero se la autoatribuye inconscientemente.

Varios términos se han acuñado para distinguir estas dos formas de criptomnesia: olvido de la ocurrencia vs olvido de la fuente, o error de generación vs error de reconocimiento. Ambos tipos aparentemente son independientes y se deben a causas diversas.

La criptomnesia usualmente se evidencia cuando falla la habilidad para monitorear la fuente de aprendizaje. Aunque también existen algunas condiciones que facilitan la tendencia a falsear ideas:

1. Una elevada carga cognitiva en el momento de considerar por vez primera la idea. **La tensión cognitiva reduce nuestra capacidad atencional y probablemente también hace que nuestra memoria no etiquete de manera muy precisa nuestros recuerdos**, que posteriormente podríamos retomar como si fuesen nuevos.
2. Cuando las personas se alejan por un tiempo de la fuente original de la idea. Este es el efecto de la “Bella Durmiente” donde **la idea queda sepultada en el olvido hasta que se retoma como si fuese nueva**.
3. Cuando **la persona ha escuchado la idea en momentos en los cuales él mismo estaba cercano a la solución**. En este último caso la persona está tan involucrada en su propia solución que simplemente no presta la debida atención para monitorizar la fuente de dónde surge la información que asume como generada por sí mismo. Podríamos poner como ejemplo los casos de brainstorming.

Carl Gustav Jung brinda una explicación a este último hecho que suele ser el más usual entre los investigadores y las personas muy creativas: normalmente cualquier escritor encuentra algunos puntos muertos en sus obras cuando, de repente, aparece un giro totalmente inesperado que le brinda nuevos aires a la creación. Si se le pregunta de dónde surgió la nueva idea, probablemente la persona no sea capaz de explicar su origen.

Así, algunos especialistas están convencidos de que la criptomnesia es el resultado de un recuerdo débil que se almacenó inadecuadamente debido a su escasa utilización. Como nuestra memoria no puede detectar dónde o cuando se adquirió esta información, simplemente la asumimos como si fuese una idea propia.

Se dice que ya está todo inventado, y que la creatividad consiste en saber [mezclar los ingredientes](#) para formular una receta original. Aún así, son varios los diseñadores y creativos que han caído en esta trampa de la propia memoria. Ya sean surgidos de una fuente de inspiración o a partir de una coincidencia, una copia descarada o un ingenuo caso de criptomnesia, estos plagios cometidos han dado a las empresas más de un dolor de cabeza en algunas ocasiones: sin ir más lejos el caso de [Farsa Producciones y BBDO Argentina](#). Pero también es cierto que muchas veces han logrado generar grandes repercusiones mediáticas en torno a las marcas, dándoles la

oportunidad de experimentar una mayor atención del público sobre sus productos.

Refresquémonos la memoria repasando algunos de estos casos.

No sólo en logos y afiches, también en comerciales de televisión y avisos gráficos son incontables las «metidas de pata» que podemos encontrar:

Otro de los casos trascendidos más recientemente, involucra a Apple Inc. y la firma de diseño londinense Craig&Karl frente a la demanda realizada por Romero Britto en la corte federal de Miami, donde las acusa de uso indebido de sus coloridas y singulares imágenes en campañas de mercadotecnia como la denominada «Inicia algo nuevo». ¿Inspiración, plagio, coincidencia u otro claro caso de criptomnesia?

Tal vez te pueda interesar también: [¿De dónde vienen las buenas ideas?](#)

Por Alan Pérez – Redactor en NSB Agency

Fuentes: yahoo.com, desqbre.wordpress.com, merca20.com y rinconpsicologia.com
Foto vía: rootear.com