

Los “abogados del diablo”: ¿asesinos de la creatividad?

“En la vida, hoy en día, hay que saber tres cosas: no rogarle a nadie, no confiar en nadie y no esperar nada de nadie”.

Es probable que no muchas personas sepan que el concepto abogado del diablo –“advocatus diaboli”, en latín– se remonta a varios siglos atrás y hace referencia a un apelativo habitual con el que se aludía al fiscal (o promotor de la fe) en los juicios de canonización de la Iglesia Católica.

La función de este abogado –un sacerdote con un doctorado en Derecho Canónico– era cuestionar, objetar y exponer todos los errores, falsedades y omisiones contenidos en el legajo de datos e informaciones que buscaba demostrar todas las virtudes y los méritos del candidato a ser elevado a la categoría de “beato” o “santo de la Iglesia”. Esta fórmula fue establecida en el siglo XVI por el Papa Sixto V y abolida, posteriormente, por el Papa Juan Pablo II en 1983.

Popularmente, hacer las “veces del abogado del diablo”, describe una acción, en que un sujeto B, frente a un punto de vista que ha sido expresado por un sujeto A, adopta una postura totalmente opuesta, bajo el “supuesto” –demasiado a menudo de dudosa sinceridad– de ampliar el debate o análisis de un determinado asunto, o bien, con el objetivo de analizar la idea de manera más profunda, utilizando argumentos que van en total oposición de la idea de la persona A, sin que el sujeto B ofrezca algo que sea mejor, ya que sólo se limita a destrozarse la idea de A.

Los investigadores y expertos en temas organizacionales, Tom Kelley y Jonathan Littman, en su libro “Las diez caras de la innovación” demuestran que muchas personas ingeniosas y creativas han pasado por la situación de ser puestos –literalmente– en el “banquillo de los acusados”, en que el sujeto creativo propone una idea ante un grupo de personas que analiza un nuevo proyecto y obtiene una entusiasta oleada de apoyo por parte del grupo, sin embargo, cuando parece que ya existe la “masa crítica” de apoyo necesario que permite dar el paso siguiente y poner en práctica la propuesta, en forma repentina, y en un instante trágico, las esperanzas del dueño de la idea se derrumban al ver cómo se levanta de la mesa un sujeto que lanza las fatídicas palabras: “Quisiera hacer de abogado del diablo...”.

Hoy en día, este concepto se usa para argumentar en contra de una idea, sin que el sujeto que argumenta en contra esté comprometido o, siquiera, verdaderamente interesado en la propuesta que haya hecho algún colaborador.

Kelley y Littman aseguran en su libro, que el abogado del diablo, hoy por hoy, sería “el mayor asesino de innovaciones”, por cuanto, cada día, “miles de excelentes proyectos, ideas y planes son despedazados” por alguno de estos sujetos que quieren vestirse y lucirse, precisamente, como abogados del diablo.

Dr. Franco Lotito Catino
Conferencista, escritor e investigador (PUC)