

# **Creatividad**

Julio Penagos, UDLA.

## ***Conceptuación.***

El problema de la creatividad probablemente sea de orden epistemológico. Sin embargo existen aproximaciones a su estudio, que la abordan desde diversas perspectivas; por ejemplo, se ha considerado la creatividad como una característica de la persona, como un proceso, pero la más generalizada, es la que la ha considerado como sinónimo de una capacidad extraordinaria de resolución de problemas. En este sentido, se han planteado estrategias específicas para proporcionar herramientas que ayuden a la solución creativa de problemas. Un problema es una situación en la que se intenta alcanzar un objetivo y se hace necesario encontrar un medio para conseguirlo. Este objetivo no se puede alcanzar con el repertorio comportamental actual del organismo; éste debe de crear nuevas acciones o integraciones.

Es probable que para resolver un problema se tenga que hacer una adecuada representación de éste. La representación de un problema consiste esencialmente en la interpretación o comprensión que del mismo realiza la persona que tiene que resolverlo.

El proceso de resolver problemas puede enfrentar obstáculos importantes. Dentro de los obstáculos más comunes destacan:

- La incapacidad de cambiar las respuestas estereotipadas.
- La incapacidad de adaptar las formas de percepción.
- La excesiva familiaridad con un asunto también puede frenar la creatividad.
- Bloqueos sociales o culturales.
- Bloqueos emocionales.

Aquí cabe destacar que creatividad y solución de problemas no son sinónimos. La sola visión de un problema ya es un acto creativo. En cambio su solución puede ser producto de habilidades técnicas. El ver el problema significa integrar, ver, asociar donde otros no han visto. En este acto de darse cuenta, de conciencia, intervienen componentes actitudinales, sociales y afectivos entre otros. Sin embargo, también participan procesos fisiológicos.

La creatividad, por ejemplo tiene un fundamento fisiológico que le explica y, al parecer, está ubicada en el hemisferio derecho. La explicación supone que una de las posibles bases fisiológicas de la creatividad es el "desarrollo de niveles jerárquicos de inclusión, asociados con la actividad de circuitos de convergencia". Además, se postula que la creatividad, en alguna medida, se relaciona con la comunicación entre los dos hemisferios (Grinberg, 1976, págs. 154-155).

Uno de los problemas más comunes a la psicología y a la educación es el desarrollo de las habilidades, en este caso, habilidades creativas que contribuyan al desarrollo cognoscitivo del desarrollo del ser humano.

## **Condiciones de la creatividad.**

Es un hecho ampliamente establecido que la creatividad es una variable que puede ser identificada como un proceso, como un producto, o como una característica de la personalidad. También es un hecho que existe un buen número de herramientas, técnicas o estrategias cuyos autores afirman que desarrollan la creatividad. Sin embargo, no es posible encontrar, en el ambiente cotidiano, elementos relacionados con la creatividad que sean producto de los procedimientos que afirman incrementar la creatividad, es decir, productos que sean efectos de la utilización explícita de las técnicas.

Es cierto que desde la experiencia inmediata no se puede negar la validez de tales procedimientos y que, por el contrario, sí hay evidencias que demuestran la veracidad de las afirmaciones. El cuestionamiento no se centra en poner en duda la validez de lo anterior sino en preguntarse sobre las condiciones que pueden facilitar el impacto de las técnicas de desarrollo de la creatividad.

### **1) Condición Primera: Crear problemas**

La capacidad o habilidad de plantear, identificar o proponer problemas es condición necesaria de la creatividad. Este enfoque no es nuevo, ya ha sido considerado por varios autores, sin embargo no aparece, al menos explícitamente, en las herramientas de ayuda para incrementar la creatividad.

La mayoría de las técnicas están centradas en proponer estrategias para resolver problemas, no para plantearlos. Esto condiciona a ser creativos en las respuestas, es decir, en la parte final, no en el origen. Es como si el método científico estuviera centrado únicamente en los procedimientos de observación.

Lo original tiene preguntas originales: se plantean problemas en donde nadie los había planteado.

Podría afirmarse que hay preguntas que no son originales y que obtuvieron respuestas originales. Es posible que la pregunta general no sea original, pero la forma de redefinirla, de enfocarla, de replantearla es lo que puede permitir la respuesta nueva. La pregunta general puede ser ¿Cómo mejorar una computadora? pero lo que va a dar respuestas son las preguntas más particulares ¿Cómo hacer fácil el uso de las computadoras? Planteadas las preguntas originales y diseñadas las primeras respuestas lo siguiente es sólo técnica. Las computadoras Macintosh son un buen ejemplo.

### **2) Condición Segunda: Creatividad es Integral**

La creatividad es un proceso, una característica de la personalidad y un producto. Las personas que hacen cosas creativas (productos) hicieron con determinados procedimientos (procesos) y actuaron de determinada manera (características de personalidad). El problema aquí es que al parecer no hay elementos comunes en todos los creativos. Sin embargo sí hay algunos elementos comunes como la inteligencia. Sí, es necesario una inteligencia sobresaliente para ser creativo, una inteligencia sobresaliente en el campo en donde se es creativo. No es necesario ser un genio de las matemáticas para ser un genio de la danza, el bailarín es inteligente en su campo. La persistencia, la tenacidad es sin duda otro factor común en la creatividad. A lo anterior también puede llamársele motivación o cualquier término que hable de una fuerza constante que obligue a actuar hacia el cumplimiento de un objetivo. La fluidez,

flexibilidad, elaboración y originalidad, son también elementos insoslayables. También están presentes la incubación, la iluminación, la evaluación.

Las técnicas deben fortalecer integralmente la creatividad. En otras palabras, al pretender desarrollar la creatividad es necesario considerar que ésta, la creatividad, no es un elemento aislado, sino que hábitos, creencias, destrezas y el entorno social, entre muchas cosas, están interviniendo en lo que se denomina creatividad. Cada tarea dirigida hacia el desarrollo de la creatividad deberá de ser una tarea que sea ataque puntualmente a un hábito, alguna habilidad, alguna forma de hacer las cosas, alguna forma de concluir las cosas.

### **3) Condición Tercera: Creatividad Múltiple**

Se es creativo en donde se puede ser creativo. Obvio pero descuidado. No es lo mismo un problema en la psicología que un problema en el teatro. Las formas de enfocar la atención son diferentes. Dentro de la psicología puede ser necesario centrarse en la solidez de los argumentos; en el teatro en el impacto. Puede ser que tanto la psicología como el teatro tengan un usuario común: el otro, llámese público o cliente, pero los problemas son diferentes y la forma de enfrentarlos tiene que ser diferente. Probablemente atender a los postulados de Gardner (1994) contribuya a dar luz sobre este enfoque.

El propósito principal al indicar la condición en referencia es indicar la necesidad de poner especial atención a las diferencias individuales y a las necesidades personales al momento de implementar las estrategias de desarrollo de la creatividad. Otro elemento fundamental de esta condición es el énfasis en las áreas fuertes o en las habilidades naturales de la persona, incorporando en las estrategias procedimientos que potencien estas habilidades a partir del conocimiento de los procesos que las regulan.

### **4) Condición Cuarta: Aproximaciones Sucesivas**

Los organismos tienden a incrementar las conductas que les son premiadas, a no hacer conductas para las cuales no reciben premios y a presentar conductas de evitación de lo doloroso. Incorporar esto a un programa de desarrollo de la creatividad significaría que los programas estarían hechos bajo el principio de aproximaciones sucesivas, en donde se afirma que se avanza a pequeños pasos y cada paso es reforzado (premiado) evitando dar el paso siguiente sin tener éxito constante en el paso previo.

Las condiciones arriba planteadas no son suficientes pero, al parecer, pueden ser necesarias y probablemente no han sido incorporadas con suficiente énfasis a las estrategias que buscan desarrollar la creatividad. No es posible negar la eficacia de las técnicas comúnmente conocidas pero es posible afirmar que puede potenciarse su eficiencia.

## **Los Seis sombreros del Pensamiento**

A comienzo de los años 80's, el Doctor Bono inventó el método de los Seis Sombreros de pensamiento. Este método es un marco de referencia para el pensamiento y puede incorporar pensamiento lateral. El sistema le da su lugar al valioso pensamiento crítico, pero no permite que éste domine, como ocurre en el pensamiento ordinario. El doctor Bono organizó una red de entrenadores expertos para introducir el método de los Seis Sombreros del Pensamiento. La empresa Advanced Pracal Thinking (APTT) de Des Moines, Iowa, USA, licencia este entrenamiento para todo el mundo, excepto Canadá y Europa. APTT organiza a los entrenadores y suministra los únicos materiales escritos y autorizados por el Dr. Bono para el entrenamiento.

Organizaciones como Prudential Insurance, IBM, Federal Express, British Airways, Polaroid, Pepsicola, DuPont, y Nippon Telephon and Telegraph, utilizan los Seis Sombreros del Pensamiento.

Los seis sombreros representan seis maneras de pensar y se deben considerar como direcciones de pensamiento más que etiquetas para el pensamiento. Esto quiere decir que los sombreros se utilizan proactivamente y no reactivamente.

El método promueve mayor intercambio de ideas entre más personas. En el mundo de Bono se "separa el ego del desempeño". Cualquiera es capaz de contribuir a la exploración sin afectar el ego de los demás puesto que todos están utilizando el sombrero amarillo o cualquiera otro. El sistema de los seis sombreros fomenta el desempeño más bien que la defensa del ego. Las personas pueden contribuir bajo cualquier sombrero aunque inicialmente hayan sustentado un punto de vista opuesto.

La clave es que cada sombrero es una dirección de pensamiento en vez de ser una etiqueta de pensamiento. La justificación teórica para utilizar los Seis Sombreros del Pensamiento es que:

- Fomenta el pensamiento paralelo.
- Fomenta el pensamiento en toda amplitud.
- Separa el ego del desempeño.

El libro "Six Thinking Hats" (de Bono, 1985), explica el sistema, aunque ha tenido algunas actualizaciones y cambios en la ejecución del método.

Hay seis sombreros metafóricos y el participante puede ponerse y quitarse estos sombreros para indicar el tipo de pensamiento que está utilizando. La acción de ponerse y quitarse el sombrero es esencial. Los sombreros nunca deben ser utilizados para categorizar a los individuos, aunque su comportamiento parezca inducirnos a hacerlo. Cuando se realiza en grupo, todos los participantes deben utilizar el mismo sombrero al mismo tiempo.

## **Pensamiento con el Sombrero Blanco**

Este tiene que ver con hechos, cifras, necesidades y ausencias de información. "Pienso que necesito un poco de pensamiento de sombrero blanco en este punto..." significa: Dejemos los argumentos y propuestas y miremos los datos y las cifras.

### **Pensamiento con el Sombrero Rojo**

Este tiene que ver con intuición, sentimientos y emociones. El sombrero rojo le permite al participante exponer una intuición sin tener que justificarla. "Poniéndome mi sombrero rojo, pienso que es una propuesta terrible". Usualmente, los sentimientos e intuiciones solamente pueden ser introducidas en una consideración si son sustentadas por la lógica. Por lo general el sentimiento es genuino pero la lógica no es auténtica. El sombrero rojo autoriza plenamente al participante para que exponga sus sentimientos sobre el asunto sin tener que justificarlo o explicarlo.

### **Pensamiento con el Sombrero Negro**

Este es el sombrero del juicio y la cautela. Es el sombrero más valioso. En ningún sentido es un sombrero negativo o inferior a los demás. El sombrero negro se utiliza para señalar por qué una sugerencia no encaja en los hechos, la experiencia disponible, el sistema utilizado, o la política que se está siguiendo. El sombrero negro debe ser siempre lógico.

### **Pensamiento con el Sombrero Amarillo**

Tiene que ver con la lógica positiva. Por qué algo va a funcionar y por qué ofrecerá beneficios. Debe ser utilizado para mirar adelante hacia los resultados de una acción propuesta, pero también puede utilizarse para encontrar algo de valor en lo que ya ha ocurrido.

### **Pensamiento con el Sombrero Verde**

Este es el sombrero de la creatividad, alternativas, propuestas, lo que es interesante, estímulos y cambios.

### **Pensamiento con el Sombrero Azul**

Este es el sombrero de la vista global y del control del proceso. No se enfoca en el asunto propiamente dicho sino en el 'pensamiento' acerca del asunto. "Poniéndome el sombrero azul, siento que deberíamos trabajar más en el pensamiento con el sombrero verde en este punto". En términos técnicos, el sombrero azul tiene que ver con el meta-conocimiento.