



NOMBRE DEL CURSO / CLAVE:	<u>Pensamiento Crítico y Creativo</u>
NOMBRE DEL PROFESOR TITULAR:	<u>Lic. Blanca Silvia López Farías</u>
TÍTULO DEL LIBRO:	<u></u>
TÍTULO DEL CAPÍTULO:	<u></u>
AUTOR/EDITOR:	<u></u>
EDITORIAL:	<u></u>
EDICIÓN:	<u></u>
NÚMERO DE ISSN/ISBN:	<u></u>
FECHA DE PUBLICACIÓN:	<u></u>
PÁGINAS:	<u></u>
TOTAL DE PÁGINAS:	<u></u>
OBSERVACIONES:	<u></u>

Perspectivas desde las cuales se ha tratado de explicar la creatividad





El concepto de creatividad ha sido analizado y explicado desde diferentes perspectivas, por diferentes autores, como una característica de la personalidad, como un proceso y como un producto.

Con relación a las **características de personalidad**, se ha tratado de diferenciar el aspecto emocional o afectivo y el aspecto cognitivo, algo que no debe ser tomado por separado más que para fines explicativos, ya que es en la creatividad justamente, donde se expresa el vínculo de lo cognitivo y lo afectivo. Este intento puede ser observado a través de las definiciones del término creatividad y las características encontradas en las personas creativas.

En el aspecto **emocional** o afectivo, nos encontramos con ciertas características de personalidad, como ejemplos de ellas se citan las siguientes: buen humor, poco temerosos, entusiastas, expresivos, toman riesgos, aceptan la confusión, tienen una fuerte motivación intrínseca, confianza en sí mismas, sensibilidad, capacidad de adaptación, acepta ayuda de los otros, entre otras.

Por otro lado, también se habla de las características o habilidades **cognoscitivas** que se observan con más frecuencia en personas que son consideradas como creativas. Las siguientes son una muestra de las mismas: se plantea nuevos objetivos, explora un mayor número de alternativas, se asegura de entender el problema y con mucha frecuencia lo cambia, evalúa durante todo el proceso los objetivos, las alternativas, la tarea; son observadores, usan la abstracción, usan metáforas y analogías, desglosa la tarea en subtareas desarrollando productos intermedios, usa estrategias metacognitivas.

Por otro lado, cuando hablamos del **proceso creativo**, nos referimos a los mecanismos y fases involucrados en el acto creativo. Penagos (<http://gente.pue.udlap.mx/~raluni/faq.html>) habla de 4 momentos del proceso creativo:

-  **Preparación.** En este primer paso se da la recopilación de información, en donde interviene la percepción, la memoria y la selección. Este etapa inicia cuando se da el choque con una dificultad o un problema (desequilibrio).
-  **Incubación.** Aquí se observa el proceso de análisis y de procesamiento de la información, se da la corrección y la búsqueda de datos (forma latente de la creatividad).
-  **Iluminación.** A este momento también se le conoce como el proceso de darse cuenta. Es el proceso de salida de la información. Este se lleva a cabo después de un período de desequilibrio, confusión o duda.
-  **Verificación.** Como su nombre lo dice, este momento corresponde a una tarea de evaluación que se realiza sobre el objeto, proceso o resultado generado.

PREPARACIÓN

INCUBACIÓN

ILUMINACIÓN

VERIFICACIÓN

Rodríguez Estrada (1995) comparte dos de los momentos que propone Penagos, pero a diferencia de éste hace énfasis en que son 6 las etapas del proceso creativo. A continuación las presentamos.

✎ El **cuestionamiento**. En esta etapa se percibe algo como problema, para lo cual es necesario tener inquietud intelectual, admiración, curiosidad, interés y hábitos de reflexión. Es en esta fase en donde se despliega la capacidad para percibir más allá de lo que las superficies y apariencias nos ofrecen. En este tipo de reflexión inicial debe haber un distanciamiento de la realidad.

✎ El **acopio de datos**. En un segundo momento se da la búsqueda de la información a través de lecturas y experimentos, por lo que es importante salir a buscar los hechos para que la mente tenga sobre qué trabajar. Aquí hay una vuelta a la realidad.

✎ La **incubación**. Este es un periodo silencioso, en el cual aparentemente no está pasando nada, pero definitivamente se da una intensa actividad ya que las ideas se están digiriendo. Nuevamente hay un viaje a las ideas y a las fantasías.

✎ La **iluminación**. Durante la iluminación se observa una reestructuración del campo perceptivo en donde se da la solución al problema, lo que comúnmente llamamos como "me cayó el veinte" o "se me prendió el foco". Hay un aterrizaje en la realidad.

✎ La **elaboración**. Consiste en llevar a cabo la brillante idea. Generalmente es trabajo de tecnología, de relaciones humanas, de disciplina y de nueva creatividad. Aquí pasamos a la realidad externa.

✎ La **comunicación**. Se refiere a dar a conocer lo nuevo, hacer una difusión de lo creado.

Otra forma de ver el proceso creativo, lo presenta Olson (1980)¹ quien describe una técnica llamada "DO IT". En inglés cada sigla tiene un significado que le da nombre:

✎ **Define**: definir problemas.

✎ **Open**: abrirse a muchas posibilidades o alternativas de solución.

✎ **Identify**: identificar la mejor solución, para...

✎ **Transform**: transformarla en una acción efectiva.

El paso de la **definición** del problema es una fase que muchos autores mencionan como el más importante en el proceso creativo. La importancia radica en definir

¹ La técnica es descrita en el libro "The art of creative thinking" de Robert W. Olson, publicado por Perennial Library, 1980.

cuidadosamente el problema para asegurarnos que realmente estamos resolviendo y ocupando todo nuestro esfuerzo y concentración en el problema verdadero. Una estrategia utilizada en este paso es subdividir el problema en problemas más pequeños, con el objetivo de ir resolviéndolos con más facilidad.

En el paso de la **mente abierta** se pretende que controlemos el hacer juicios que, casi siempre, son apresurados y nos cierra la posibilidad de ver alternativas o perspectivas diferentes a las ya consideradas desde nuestros prejuicios. Las ideas enlistadas en este paso como posibles soluciones, deben salir de nuestra mente sin antes pasar por la censura, también es importante considerar en este aspecto los puntos de vista de otras personas, a quienes muchas de las veces, al no estar involucrados directamente con el problema, se les ocurren opciones que nos estimulan a pensar en soluciones creativas.

Una estrategia muy utilizada en esta fase es la de pensar cosas disparatadas, ridículas, descabelladas, que funcionen como un factor motivador que nos impulse para desencadenar ideas razonables y factibles como solución al problema identificado previamente.

En el paso de la **identificación**, la mejor idea de solución va siendo modificada hasta que esté lista para llevarla a la acción. Esto resultará más fácil si por ejemplo, pensamos en una lista de aspectos negativos y positivos de cada una de las ideas que se tienen como alternativas de solución, de manera que se vayan modificando para reducir los aspectos negativos.

Finalmente, en la **transformación**, la idea seleccionada se lleva a la acción.

Según Olson el “DO IT”, puede ser utilizado como un proceso rápido para resolver problemas con efectividad y creatividad. Es importante agregar que de una u otra manera llevamos a cabo algunos de los pasos mencionados, el valor agregado aquí es el realizarlos en forma conciente, sistemática y descubriendo nuestras fuerzas y debilidades en cada una de las fases.

Con relación al enfoque centrado en el **producto**, nos referimos a la resolución de problemas (respuesta a un requerimiento interno o externo) obteniendo como resultado la generación de un producto (idea u objeto) original, innovador o una combinación de elementos de varios productos que integrados permite la configuración de uno distinto.

Perkins (en Sánchez, 1993) propone un procedimiento que permita llegar a la generación de un producto creativo pasando por las siguientes etapas:

- a) Análisis de un diseño
- b) Comparación de diseños que pertenecen a la misma familia (en relación con la función o uso del producto).
- c) Evaluación de diseños
- d) Creación de un diseño

Para analizar un diseño a fondo debemos ser sistemáticos. Una **estrategia** sencilla que permite hacer el análisis de una manera organizada, es dividir el objeto o invento a analizar en diferentes aspectos, tales como sus partes, sus formas, sus materiales, sus funciones y así identificar sus características. Perkins (1981) presenta un **ejemplo**: podríamos empezar con una pregunta importante ¿por qué fue diseñado así este invento? Si elegimos un lápiz común entonces la pregunta sería ¿por qué fue diseñado así este lápiz?

- Porque sólo con ese material se contaba, porque tiene la misma forma del objeto que se utilizaba antes para escribir, etc.

Después se les puede solicitar a nuestros alumnos varias respuestas a las siguientes preguntas:

- ¿Por qué tiene goma ese lápiz?
 - Para borrar
- ¿Por qué no tiene una goma de borrar separada?
 - Se podría, pero es más cómodo tener la goma de borrar incorporada al lápiz.
- ¿Por qué está hecho de madera este lápiz?
 - Para sacarle punta fácilmente
 - porque es un material barato
 - porque con una máquina se puede moldear fácilmente
 - porque la madera es liviana
- ¿Qué podríamos cambiar del objeto para mejorarlo?
 - Etc.

Estas son algunas preguntas y respuestas sencillas que demuestran, por un lado, que un invento sencillo como el lápiz es complicado y, por otro lado, que a través de la pregunta podemos guiar a los alumnos a pensar en mejorar un producto de acuerdo a los aspectos que se hayan considerado en el análisis. No podemos hablar de inventar o rediseñar un objeto o idea si no la hemos comprendido. Para Perkins (1981), este es un aspecto que ha sido descuidado en el pensamiento inventivo.

Una vez que conocemos sobre el objeto es necesario preguntarnos que tiene en común o en qué es diferente de un producto antecesor que haya cumplido con la misma o con una función similar. Aquí es importante establecer criterios de comparación que sean relevantes o esenciales a la naturaleza del producto analizado.

Esta misma fase sirve de soporte para pasar a la de evaluación de diseños, en donde al final del proceso comparativo se puedan emitir juicios de valores con respecto al grado de avance y perfeccionamiento del producto analizado con respecto a su antecesor (evaluación externa). Esto puede orientar hacia la búsqueda de nuevas áreas de mejoramiento del mismo.

En tercer lugar se pueden emitir juicios de valor en torno a las características del producto (evaluación interna), la idea es que se cuestionen las ventajas y desventajas que presenta el mismo. Entre algunos criterios que se pueden considerar para esta fase son el tiempo de uso, la seguridad de usar dicho producto (grado de peligrosidad), la durabilidad, el grado de estética, el nivel de confort, el costo de los materiales, etc.

La fase de evaluación conduce a la identificación de problemas, en donde se inicia la fase de proponerse ciertos objetivos para generar alternativas de solución que ayuden a mejorar un producto o definitivamente a diseñar uno nuevo que cumpla la función del anterior en un modo más óptimo y efectivo.