

U.T.N. – Facultad Regional Buenos Aires

Ingeniería en sistemas de Información

Creatividad e Innovación – 2014

TURNO: Mañana CURSO: K3011

DOCENTE A CARGO: Juan Carlos Rosman

TRABAJO PRÁCTICO  
FORMAS Y MÉTODOS PARA ESTIMULAR LA CREATIVIDAD

Alejandro Romero

135.169-2

12/06/2014

Definición de Creatividad

Definición Formal de Creatividad:

La creatividad es la generación de nuevas ideas o conceptos o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales. Engloba varios procesos mentales entrelazados que no han sido completamente descifrados por la fisiología, se mencionan en singular por dar una mayor sencillez a la explicación.

Definición Propia de Creatividad:

La creatividad es la forma de hacer algo de una manera no común, una manera nueva. Esta manera siempre otorga una nueva perspectiva, la cual sirve para generar ideas y conceptos.

La creatividad es lo primordial para la evolución, y es el puente entre lo desconocido y lo conocido. Para cualquier problema siempre hay una solución creativa, en mayor o menor medida. Siempre existe la creatividad, está presente en todo lo que podemos percibir con nuestros sentidos.



**Fases que componen el proceso creativo**

**1.Preparación**  
Percepción de un problema y reunión de información. Inmersión (consciente o no) en un conjunto de cuestiones problemáticas que son interesantes y suscitan la creatividad. Es un momento estimulante porque es cuando uno reconoce una inquietud que le mueve, instiga y empieza a investigar buscando posibilidades y alternativas.

Mucha gente piensa que ese momento caracteriza la creatividad en sí misma y no logra transformar la problematización y la recogida de información en algo nuevo. O sencillamente se contenta con “copiar” lo que fue investigado suponiendo haber llegado al resultado final.

**2.Incubación**  
Tiempo de espera, de busca inconsciente de la solución. Se realizan conexiones inusitadas: las ideas se agitan por debajo del umbral de la conciencia. Es un período en el que pueden surgir angustias y la sensación de que no se conseguirá lo que se ha propuesto. Generalmente, en ese momento surgen ansiedades, miedo a quedarse en blanco, al vacío y a la incapacidad de encontrar las “respuestas creativas” deseadas.

Pero una persona creativa acostumbrada a pasar por esos procesos, sabe que es necesario un tiempo interior para que los distintos elementos puedan “amalgamarse”. Es como si fuese una fase de “cocción cuya duración no siempre podrá ser controlada por la persona que crea. Mucha gente abandona sus procesos creativos en este momento por no soportar esa “espera en la oscuridad”. Nunca se sabe cuánto tiempo durará una incubación, pueden ser horas o años.

**3.Iluminación**  
La solución irrumpe de golpe. Es cuando llega la luz a la oscuridad del proceso de incubación y las partes antes dispersas se unen presentando un todo ordenado. Ese es el momento más agradecido del proceso creativo, porque es cuando uno ve todo claro y conectado. Es un tipo de éxtasis placentero que da energía a todo y justifica todo el esfuerzo anterior.

Sería maravilloso poder decir que aquí se acaba el proceso creativo. Como si fuera un cuento de hadas, como un “feliz para siempre” eternizado en el placer de la iluminación. Pero, no. No es así. El proceso creativo sigue su ritmo y entra en la próxima fase.

**4. Verificación**

Examen de la solución encontrada. Es el momento de evaluar si merece la pena dedicar atención a lo que se ha intuido. Muchas personas piensan que lo mejor es no entregarse a la primera ocurrencia tras la situación en suspenso propia del momento de incubación emocionalmente es uno de los momentos más difíciles porque engendra incertidumbre e inseguridad frente a las decisiones necesarias.

Y en general conlleva como consecuencia o bien abandonar todo el trabajo, o reemplazarlo o comunicarlo y ningunas de esas opciones son fáciles de asumir.

**La Creatividad como Forma de Vida**

Los actos de nacer y morir son, desde un punto de vista metafísico, absolutamente individuales. Puede haber un ginecólogo ayudando en el parto, o un acompañante al lado de un enfermo agonizante, pero su función es de simple ayuda o acompañamiento. Lo que supone nacer o morir, desde el punto de vista existencial, atañe a una sola persona. Son, tal vez, los actos más íntimos de nuestra vida, los que nos pertenecen exclusivamente a nosotros. Los actos de nacer y morir son individuales. Entre un acto y el otro se extiende un periodo de tiempo de duración indeterminada que denominamos vida. Durante la vida, el ser humano se siente siempre impulsado a trascender la propia individualidad, a superar un proceso de individuación que conduce a la soledad y al aislacionismo.

Vivir encerrado en el propio mundo, aislarse en uno mismo, vivir sin trascender la propia identidad puede sumir a una persona en la locura, la tristeza o la depresión. No afirmo que no sea posible estar bien con uno mismo, sino que es imposible estar únicamente con uno mismo. Nacer y morir son actos individuales, mientras que vivir es lo contrario: es trascender la identidad, superar la individualidad con la que nacemos y morimos. Para superar ese proceso de individuación, las personas disponen de mecanismos. Uno es su capacidad para crear. Pero el hombre precisa de algo donde proyectarse para trascender su propia identidad. Durante la vida hallamos dos tipos de ese algo donde proyectarnos: otras personas y objetos físicos, cosas. Así pues, las personas son los sujetos donde se proyecta el acto de amar, y las cosas son los objetos donde se proyecta el acto de crear.

Es interesante observar que los actos de amar y crear no pueden intercambiarse con sus respectivos objetos sin caer en la locura o la inmoralidad. No tendría sentido amar una cosa, sería irracional; del mismo modo, no sería ético o aceptable utilizar a una persona con fines creativos, porque crear supone transformar el aspecto, apariencia, modo, función o sentido de un objeto. Y eso no es algo que pueda hacerse sobre una persona sin atentar contra su identidad. De este modo vemos cómo personas y objetos, las cosas que nos rodean, son susceptibles de ser amadas o de ser transformadas mediante la creatividad.

Crear y pensar. Es curioso cómo los antropólogos e investigadores denominaron homo sapiens al homínido que adquirió sabiduría o razón para, finalmente, devenir hombre. En cambio, los actos creativos de nuestros antepasados se bautizaron como arte prehistórico, situándolo, de este modo, como una consecuencia de la razón, de su cerebro, de su evolución intelectual. En otras palabras: razón, primero, y arte, después. No debe de ser una casualidad que muchos de los primeros indicios de racionalidad en nuestros antepasados milenarios sean artísticos. Y sin embargo, pensamos que la razón fue lo que convirtió en creativa a nuestra especie. Sin haberse afirmado de forma directa, parece como si crear fuese una consecuencia de pensar. ¿No podría ser al contrario? ¿No podría el cerebro del hombre haber evolucionado a partir de sus actos creativos? El hombre amó y procreó para la conservación de su especie, y, movido por el mismo deseo de trascendencia individual, tomó los objetos que había a su alrededor y los transformó. Necesitó imperiosamente, llevado por una misteriosa fuerza, crear con ellos algo distinto.

Imaginemos el primer acto creativo de la historia de la humanidad (si es que tiene sentido imaginar que hubo un primer acto creativo). Un mono siente un deseo de crear. Supongamos que toma una piedra y la pone sobre otra sin más objeto que transformar su realidad, no para atraer a una presa. Lo ha hecho con el único objeto de dar salida a una necesidad interior que pide fluir hacia fuera, para reconocerse en su entorno y dejar su huella en el mundo.

Cuando ya ha puesto una piedra sobre otra, el mono se interroga a sí mismo. Se ve obligado a formularse una pregunta que surge a consecuencia de su propia acción creadora: ¿qué es esto? Entonces, sólo entonces, piensa. Su acto creativo provoca una incógnita. Y las incógnitas, como bien se sabe, son el primer paso de una conexión. Esto es, de completar un proceso mental. Ese proceso mental, finalizado con éxito, es la lógica que hoy nos gobierna.

¿Por qué explico todo esto? Porque hay una tendencia generalizada en la población a pensar que uno mismo no es creativo, que la creatividad es una facultad reservada para unos pocos genios. El resto, los comunes mortales, hemos de limitarnos a admirar sus obras artísticas o sus descubrimientos.

Nada más lejos de la verdad. La creatividad es un rasgo inherente a la condición humana. No es que podamos ser creativos, es que somos creativos porque somos seres humanos. La necesidad de conectar con el exterior, de dejar la huella en el mundo fue, sin duda alguna, el detonante de la razón. Fuimos creativos antes que racionales. Nuestro sistema cerebral es creativo de nacimiento; la lógica la aprendemos mediante la enseñanza. El problema es que la vida en sociedad precisa de rutinas para garantizar su eficiencia. Si todos cruzásemos la calle de modo creativo, la seguridad vial sería un caos. En las empresas y en las profesiones sucede algo parecido: es preferible aplicar protocolos conocidos que dejar al individuo un campo libre de actuación que provoque errores o pérdidas. Se permite aplicar la creatividad sólo en campos y tareas donde la sociedad o la empresa no se vean perjudicadas. El problema, entre otros, es que cada vez hay menos campos donde nuestro modo de actuación no deba ser automatizado.

Nacemos creativos, y vamos, mediante el aprendizaje progresivo de la lógica y el desarrollo de la eficiencia como especie, olvidando que lo somos y perdiendo las habilidades creativas.

La creatividad no es un don, es una forma de vivir que se alimenta, se ejercita y se desarrolla. Y como tal, trataremos de explicar cómo puede ser impulsada por nosotros mismos. Para esto, necesitamos relacionarnos con nuestro “musculo creativo”.

Por supuesto que desarrollar este músculo requiere lo que todos los músculos necesitan: ejercicio (en el fondo, utilizar y aplicar las técnicas para desarrollar la creatividad), constancia, y mucho trabajo, pero si te esmerás lo suficiente te aseguro que vas a poder notar los cambios y beneficios que genera el esfuerzo.



**Rodéate de excelencia**

Siempre debes estudiar y rodearte de gran arte, buena música, gran literatura y sobre todo de grandes personas, grandes líderes. Esto crea en vos un índice de calidad y un nivel de excelencia que puede llegar a impulsar tu creatividad hacia adelante.

Estudiar (e incluso copiar) aspectos de las personas que te inspiran es una muy buena práctica para fomentar la creatividad.

**Crear**

Edgar Allan Poe pudo haber sido un alcohólico deprimente más, sin embargo, el escribió y así pasó a ser una figura inspiradora. Si no utilizas tu creatividad no va a mejorar sola. Probar algo original, probar algo nuevo, asumir posiciones que requieren creatividad y practicar tu arte continuamente es una forma de fomentar la creatividad.

Practicar arte no solo se refiere al arte en sí, sino también de inspiración, de ideas, de soluciones, etc. Un pequeño cambio en tu acción puede hacer que se presente una nueva situación, por lo cual esta puede ser positiva o negativa, si es negativa, aprendé de ella. Cualquiera sea el resultado, vas a estar dando un paso adelante.



En este punto, es donde la creatividad florece o muere. Cuando se empieza a ser creativo, el resultado final es raramente el resultado deseado. Esto es absolutamente normal y aceptable. Para cada gran pintura que ves en una galería de arte, hay una docena de dibujos, borradores y desechados los conceptos que no ves.

Cada uno de los héroes más creativos de la historia, desde Leonardo Da Vinci  a Thomas A. Edison, comenzó con un intento fallido. Lo que los distingue de los demás, es que trabajaron hasta llegar a ver su idea terminada, igual a  su imagen mental creada en un principio. Nunca se debe desistir.

**Cruzar las fronteras creativas**

Las personas exitosas obtienen casi la totalidad de su inspiración de pocas selectas victorias en la vida. El atleta utiliza metáforas. El soldado utiliza los principios militares para criar una familia. El biólogo utiliza los principios de la naturaleza para mejorar su fotografía.

Usá tu propia confianza en un área y aplicala a algo nuevo, te vas a dar cuenta que la habilidad y la creatividad son transferibles a cualquier desafío.

**Límite de entretenimiento**

Uno de los momentos más creativos es cuando estamos haciendo algo que nos divierte, algo que nos entretiene. Sin darnos cuenta, en ese momento, fluye la creatividad por nuestra mente. Esto es algo muy bueno, siempre y cuando ese entretenimiento no se convierta en algo rutinario. Mirar la televisión, navegar por internet, etc. son entretenimientos que nos ayuda a distender la mente, pero puede ser perjudicial para tu creatividad. Usar cosas como televisión o películas como maneras de expandir tu imaginación no debe reemplazarla.

La Televisión, por ejemplo, requiere de poca creatividad o pensamiento. La mayoría de las personas que mira televisión de forma rutinaria tiene sus ojos abiertos y su mente está apagada. Esto es porque la mayoría de los programas y espectáculos se dedican a realizar o a ejercer la imaginación por vos. Nuevamente, esto puede ser algo bueno, siempre y cuando lo uses como un disparador creativo en lugar de un sustituto de la imaginación, porque muchas veces, si vemos, miramos pero no imaginamos con nuestra creatividad, miramos la imaginación de los demás.

Una manera fantástica para ejercer la creatividad es utilizar la literatura o canciones como una forma de entretenimiento.

**Cuidarse a sí mismo**

Si trabajas de forma creativa sabes que podés ser más creativo en unas horas de inspiración que en día completo con mucho enfoque pero sin inspiración. Distracciones físicas y ambientales pueden destruir el proceso creativo.

Mantener tu cuerpo sano, tu trabajo y tu hogar va a tener un efecto profundo sobre tu capacidad para imaginar y crear. La creatividad requiere más que la cantidad de trabajo, así que asegurate de que tu hogar, el trabajo y el cuerpo no limiten tu creatividad. Hay veces, que por mucho que llevemos un orden, una buena calidad de vida, etc., si no nos mostramos perceptivos a ideas, a opiniones ya cambios, la creatividad y la innovación, ya sea profesional o personal, fallará.

**Ignorar a los “Burladores”**

Cada vez que se nos ocurre una idea y la transmitimos, siempre hay alguien dispuesto a burlarse o hacer un comentario desalentador. Nuestro instinto actúa automáticamente descartando esa idea porque creemos que para los demás (e incluso para uno mismo) es algo tonto o inservible. Basarse en las opiniones de las demás personas no es algo positivo, por el contrario, esto va en contra de la creatividad. El efecto de estos sucesos no es solamente el descarte de ideas, sino que también puede hacer que nuestro lapso de inspiración se corte. Otra forma en la que afecta estos comentarios es en nuestro propio autoestima, el cual disminuye considerablemente frente a estas situaciones.

Ignorar a estas personas, o mejor aún, usar su negatividad como motivación, es una buena práctica a la hora de ser creativos. Cualquier idea que se nos ocurra, por más tonta que parezca, puede llegar a ser una buena idea. Todos los grandes personajes de la historia fueron burlados y desalentados, les decían que sus ideas eran inservibles, pero la historia no recuerda los comentarios de los demás, recuerda la innovación, inspiración, imaginación y creatividad de cada uno de esos personajes.

##### Desarrollo de la creatividad

Necesitamos creatividad en nuestras vidas. Para innovar en nuestro trabajo, para crear obras únicas, para sorprender a nuestra pareja, para mejorar como persona. Los momentos de inspiración son geniales, encienden fácilmente nuestro modo creativo. La inspiración casi nunca llega cuando la necesitamos, pero podemos aprender técnicas que nos pueden ayudar a conseguir el tan deseado momento creativo.

El Síndrome Savant lo sufren personas que por distintas patologías, se han liberado de la tiranía de su hemisferio izquierdo y han desarrollado distintas habilidades, muchas de ellas de tipo creativo. Estamos acostumbrados a pensar de forma lógica y racional. Esta forma de pensar tiene muchas ventajas en nuestro día a día, porque nos ayuda a tomar las decisiones cotidianas.

Por otro lado está nuestro potencial creativo, que habitualmente está escondido e infrautilizado y que solo en ocasiones dejamos florecer en forma de píldoras de inspiración. Y lo peor de todo, es que casi nunca nos sucede a tiempo, cuando nosotros queremos. Para poder ponernos en modo creativo, necesitamos inactivar en parte nuestro hemisferio cerebral izquierdo, para potenciar y poner a trabajar el derecho, lugar donde reside esta capacidad.

## 1. Desarrollar el pensamiento lateral

Nacemos con un componente creativo más o menos desarrollado, que habitualmente vamos relegando en favor de nuestro pensamiento lógico. La creatividad se puede seguir desarrollando con la práctica de ejercicios. El pensamiento lateral es un método de pensamiento que puede ser empleado como una técnica para la resolución de problemas de manera imaginativa. Es una forma específica de organizar los procesos de pensamiento, que busca una solución mediante estrategias o algoritmos no ortodoxos, que normalmente serían ignorados por el pensamiento lógico. Al evaluar un problema existiría la tendencia a seguir un patrón natural o habitual de pensamiento (las sillas son para sentarse, el suelo para caminar, un vaso para ser llenado con un líquido, etc.), lo cual limitaría las soluciones posibles. Con el pensamiento lateral sería posible romper con este patrón rígido, lo que permitiría obtener ideas mucho más creativas e innovadoras para representar todos esos caminos alternativos o desacostumbrados, que permiten la resolución de los problemas de forma indirecta y con un enfoque creativo. En particular, la técnica se basa en que, mediante provocaciones del pensamiento, se haría posible un desvío del camino o patrón habitual del pensamiento.

## 2. Hacer cosas nuevas

Nunca hay que conformarse con lo que uno ya sabe, hay que explorar nuevos campos de conocimiento, cosas que llaman la atención y que gustaría aprender a hacer.

Dedica parte del tiempo libre a aprender un idioma nuevo, un hobby, practicar un deporte o cualquier actividad que no tenga nada que ver con lo que uno hace habitualmente.

Esto conseguirá crear nuevas conexiones neuronales y nuevas perspectivas ante la vida.

## 3. Dejar fluir la creatividad

Nuestro cerebro tiende a agrupar nuestros datos hacia lo que ya conocemos, hacia patrones establecidos. Si queremos por ejemplo escribir una canción, nuestra base de datos arrojará cientos de melodías conocidas, impidiéndonos fabricar una nueva. Y cuanto más intentemos forzar la creatividad, más rígida se volverá.

Es como si nuestra mente no nos dejara innovar y nos quisiera encarrilar una y otra vez hacia el camino marcado.

Pensar en cosas distintas nos puede sacar de nuestro pensamiento habitual y llevarnos a sendas inexploradas que favorezcan el pensamiento horizontal. Esto hará fluir de forma natural nuestra creatividad.

## 4. Hacerlo para los demás

Existe una teoría que dice que si conseguimos crear una distancia, entre nosotros y el problema que queremos resolver, activaremos nuestra creatividad. Crear para otros nos hace más creativos que hacerlo para nosotros mismos.

El truco estaría en pensar, en crear o solucionar algo para otra persona, en lugar de para nosotros mismos.

## 5. Desenfocarse

Varios estudios han puesto de manifiesto los beneficios creativos de perder el foco y no prestar demasiada atención a lo  que estamos haciendo. Las personas con dificultad de concentrarse puntúan mejor en los test creativos. Quizás por eso a muchos genios se les atribuye la etiqueta de distraídos.

La pérdida de foco propicia que entre en nuestro cerebro una mezcla increíble de información, enriqueciendo nuestro pensamiento y favoreciendo la creatividad.

## 6. Crea nuestro proceso creativo

Ser creativo suele llevar asociados términos como caos, desorden, tormenta de ideas, pero no todo tiene por qué ser así. Todos trabajamos sobre estructuras que nos funcionan y permiten ser creativos, por lo que puede ser interesante invocarlas cuando lo necesitemos. Y si no funcionan, habrá que salirse de ellas y crear otras nuevas mediante más procesos creativos.

## 7. Usar la meditación

Diversos estudios han concluido que la meditación cambia nuestra estructura cerebral, aumentando nuestra atención y enfoque, por lo que a priori favorecería también nuestra capacidad creativa.

## 8. Cambiar totalmente de actividad

Leer un periódico, revista o libro que no tenga nada que ver con lo que uno hace, buscar un lugar nuevo para sentarse, escuchar música nueva y comenzar a leer. Estimular zonas distintas del cerebro puede ayudar a establecer conexiones entre lo que uno está haciendo y la tarea o problema que queremos resolver. Puede que a través de ese nuevo conocimiento salte la chispa que encienda nuestra creatividad.

## 9. Aislarse de lo cotidiano

Estar unos días aislado y fuera del ambiente habitual donde vives, relajará cuerpo y alma. Hay investigaciones que dicen que encontrarse relajado favorece el pensamiento de tipo creativo. Estar en contacto con la naturaleza, respirar aire puro, caminar en soledad, puede hacer que tu cerebro se “reinicie” y reordene sus conexiones. Todos hemos experimentado la sensación de tener un cerebro despejado mientras hacemos footing, nos perdemos con la bici o damos un paseo por el campo. En definitiva, oxigena tu mente**.**

## 10. Evitar evitar ser creativo

Muchas veces saltamos de una a otra tarea, evitando o dejando para el final de nuestras tareas la tarea creativa, posponiéndola día tras día. Lo hacemos porque tenemos miedo a fracasar, a no ser creativos.

Seguro que tardarías menos tiempo en ponerte en modo creativo y resolver el problema o crear la obra que tanto te gustaría, que en buscar nuevas excusas para no hacerlo. Uno debe ser consciente de este problema y atreverse a dar el paso a explorar nuestra creatividad.

## 11. Crear un ambiente favorable

Ver películas positivas o escuchar música alegre, puede predisponerte a ser más creativo. Todos tenemos alguna música que nos resulta especialmente motivadora y energética. Quizás sea el momento de “dar play” y subir el volumen.

## 12. ¿Solo o acompañado?

Depende de cada persona. Hay gente que es mucho más creativa en soledad y otros que se alimentan de las ideas generadas por el equipo. Hay que buscar lo que mejor se adapte a lo que intentamos solucionar y hacerlo normalmente nos dará mejores resultados.

## 13. Utiliza el Cerebro Visual

Gran parte de nuestro cerebro se dedica al análisis de lo que nos entra por los ojos. Usar mapas mentales, puede ayudarte muchísimo a la hora de crear cosas nuevas. Nuestra mente embebe con gran facilidad la información que le presentamos de forma visual.

Escribir o dibujar es una buena forma para plasmar nuestros mapas mentales.

## 15. Soy una persona creativa y no se va a demostrar lo contrario

Una de las peores manías que tenemos las personas es la de buscarnos un límite y ponerle una etiqueta, que en este caso sería **“**yo no soy una persona creativa**”**. En realidad todos somos personas creativas en mayor o menor medida, lo que tenemos es más o menos práctica en usar nuestra creatividad. Al ponernos una etiqueta, estamos cerrando la posibilidad de serlo. Por eso, para conseguirlo debemos partir de la premisa de que lo podemos conseguir.

Educación para la creatividad

La creencia popular dice que la creatividad es una especie de bendición, un regalo con el que se nace, pero esto no es realmente así. Esta creencia se debe principalmente a que nuestros sistemas educacionales no están diseñados para desarrollar la creatividad, sino que por el contrario, prácticamente se encargan de eliminarla. La idea tradicional de inteligencia es la que más se valora en cualquier etapa de la educación, por lo que la creatividad no se fomenta, e inclusive se ridiculiza, volviendo a las personas que quieren desarrollar estas habilidades inseguras y temerosas. Las universidades enseñan diferentes materias pero cuando terminas tu carrera dependes de vos mismo, y te das cuenta rápidamente que no aprendiste nada que te ayude a desempeñarte como un buen profesional. Las matemáticas como ciencia racional enseñan a pensar analíticamente, a dar orden lógico a las situaciones y enseñan una serie de herramientas que tienen gran utilidad en la vida, pero aprender a ser críticos, a tener distintos puntos de vista, a poder tomar la realidad y deformarla para crear una nueva es igual de importante.

La creatividad ha sido pasada por alto, sin fomentar su crecimiento y desarrollo, pues no se le presta suficiente atención. Ya se hubiese encontrado una solución para muchos de los problemas actuales, la contaminación, las guerras, las enfermedades, de tal manera que la convivencia entre las personas estaría sobre las bases de la paz, la prosperidad, la productividad, entre otros.

Se ha atrofiado este potencial porque no se sabe “ver”, no hemos adquirido la capacidad de observar y solo se utilizan los ojos como instrumento superfluo. Esto conlleva a la poca utilidad del tiempo para percibir dejando de lado todo lo que no se pueda verbalizar. Existe una forma de pensamiento visual que no se usa de la manera correcta y asertiva.

      Este potencial es la base fundamental para el entendimiento lógico de las materias científicas tales como matemáticas, física, o biología y como requisito indispensable para la formación de la personalidad.

     Se sabe que el centro del habla está ubicado en el hemisferio cerebral izquierdo, y que el hemisferio cerebral derecho es el encargado de percibir formas y espacios. Así mismo se obtuvo como resultado que si se poseen dos ojos por medio de los cuales recibimos información, esta información es enviada al cerebro, y cada hemisferio es responsable de procesarla en forma distinta. El cuerpo calloso sirve para que los hemisferios se comuniquen entre sí y seamos una persona que siente, piensa y se comportan como una unidad.

      El hemisferio cerebral izquierdo se comporta de forma lógica, verbal, mientras que el derecho es el encargado de las percepciones espaciales, no temporales, sintéticas, ni analíticas sino más bien perceptivas.  Si nos hacemos consientes de las habilidades del hemisferio cerebral derecho, si somos capaces de distinguir este estado de ánimo que se manifiesta al usar uno u otro hemisferio y controlar a voluntad, seremos capaces de lograr infinidades de cosas.

**El espacio conceptual de la creatividad**

     La creatividad es diversificadora atendiendo al periodo biocultural de los sujetos. En cada uno de los periodos, desde el preescolar al profesional adulto, predominan unas aptitudes básicas y unos niveles de manifestación diferenciales. Así, en el periodo infantil, el potencial creativo adopta la forma de fantasía se manifiesta a través del animismo, las sensopercepciones, la expresividad espontánea. En el proceso profesional prevalece al talento creador y la autorrealización, manifestándose a través de la producción valiosa y la creatividad personal.

     El mecanismo cognitivo más frecuente de ideación es la transformación personal de contenidos o ideas interiorizadas en algún momento. La creatividad comienza con el modo de percibir el medio y se consuma en la transformación del mismo. El niño inventa palabras a las que aplican los patrones de verbo o acción y de oficio o profesión. El escolar recomponiendo y llevando a cabo transformaciones personales que van más allá de la recepción de patrones habituales respecto a su edad. El adolescente que nos hace pensar con sus divergencias, unas veces disparatadas y otras coherentes, está potenciando su pensamiento divergente. El joven realiza proyectos innovadores, está accediendo a una creatividad productiva, valiosa, de repercusiones sociales.

La comunicación o expresión de las ideas puede relacionarse con una fase del proceso. Lo creativo acaba manifestándose, ya sea a través de la expresión espontánea realizaciones de valor o propuesta originales. Las ideas no ocurren en el vacío, sino que están vinculadas a un referente: el mundo de las personas, las cosas, los sentimientos. El pensamiento trabaja con conceptos y estos se inducen de la realidad percibida o imaginada. Dicho con un ejemplo cuando nos planteamos un problema y se le busca la solución al mismo, existen siempre los términos en que se plantea, el ámbito en que tiene lugar y el contexto o condiciones que lo delimitan.

Si la ideación refleja la cara unificadora y generadora, la comunicación resalta los componentes diversificadores de la creatividad. Niveles, ámbito, atributos, aunque referidos a la creatividad en sentido unitario, conectan más directamente con la fase expresiva.

**La necesidad de crear**

Delimitar es tomar postura. Decidir qué se incluye y se excluye. Éstos son los límites, dentro de los cuales cabe hablar de estimulación creativa. La actividad creativa es intrínsicamente humana. Sólo el hombre crea, proyectando su mundo interior sobre el medio trasforma y nos comunica su visión personal, entre los cuales se generan procesos de racionalidad, libertad, enmarcados a un criterio social y cultural. Es por ello que se insiste que la actividad creativa es humanizadora y potenciadora de las cualidades y los atributos superiores del hombre

      Desde esta perspectiva la actividad creativa es intencional, direccional. Cuando el niño o el adulto crean, se proponen dar respuesta a algo, ya sea un problema o un impulso interno. Buscan satisfacer una tensión proveniente del exterior o del interior. Sus actos se encaminan a un fin. Hacia los tres años, el niño ya se propone el tipo de tarea antes de iniciar la acción. El adulto no busca soluciones a un problema hasta que éste se plantea. En todo acto humano, el propósito precede a la acción. El ser humano se caracteriza por introducir la intencionalidad en los actos de mayor trascendencia.

      La intencionalidad viene dada por los valores que marcan y dirigen nuestras acciones. La axiología se constituye, en tal sentido, el faro que ilumina la actuación humana con intención perfectiva. De igual modo que carece de sentido una comunicación sin mensaje, resulta incomprensible un acto creador no intencional. Al carácter formador de la actividad creativa interiorizamos el mundo que nos rodea a través de los sentidos, en vivencias y en reflexiones.

     Sin duda, la persona creativa recrea, cambia, reorganiza, redefine contenidos poseídos. Sabe mirar y extraer de su entorno aquella información o idea que precisa para su plan, se aprovechan ideas, detalles y con disposición de nutrirse del entorno. Evidentemente el profesor creativo transforma, traslada la información a contextos propios y la adecuada al discente. Se vale de imágenes, comparaciones, aplicaciones y otros recursos didácticos. Solamente el hombre crea, y al hacerlo comunica la transformación del medio.

Visto desde esta perspectiva la creatividad es comunicativa por naturaleza. Al igual que la mancha de aceite, tiende a extenderse, a proyectarse, a hacerse patente a través de la expresión. La idea se hace mensaje al comunicarse. Mientras no se comunica es sencillamente una idea. Solamente el hombre crea, porque tiene capacidad de reconstruir mentalmente el mundo y transmitir su creación; de convertir las señales en símbolos.

Es por ello la insistencia que la creatividad de cada persona es recuperable debido a que la “producción divergente” de ideas es uno de los rasgos más notables de las características de la personalidad creativa. De ahí que ésta produjera un choque en la escuela tradicional, ya que su fuerza de acción reside en el pensamiento convergente, es decir lograr la reproducción de datos y no considerar una realidad en constantes movimientos y cambio.

La mayoría de los pequeños exhiben un valioso potencial creativo, que es destruido, en la mayoría de los casos, alrededor del cuarto grado. No sólo es criticable que los padres y los educadores deliberadamente sofoquen la creatividad del niño, sino que no logren siquiera reconocerlas, y con frecuencia la tomen por desobediencia, excentricidad e incluso estupidez. Se puede decir que un ser creativo es aquel que se preocupa por buscar información, la procesa, la transforma y la aplica adecuadamente a su realidad.

A  los adultos les es más difícil convivir  con niños creativos, pues éstos son más demandantes, críticos y seguros de sí mismos, lo cual exige de los educadores otra forma de ver y percibir las cosas. La creatividad implica huir de lo obvio, lo seguro y lo previsible para producir algo que al menos para el niño, resulte novedoso. Por otro lado plantean una serie de problemas extra para los educadores y para los padres pues las constantes preguntas, experimentos y actos exploratorios del niño pueden llegar a exasperar a quienes lo rodean.  
Sin duda en la teoría y, simultáneamente, la capacidad vivencial; es necesario buscar experiencias que involucren los sentidos, redescubriendo las percepciones y sensaciones que han permanecido olvidadas en nosotros. La sociedad ha creado cerrojos mentales que impiden el desarrollo de la creatividad porque conducen a un pensamiento convergente.

**La creatividad secundaria**

La creatividad secundaria es un tipo de creatividad que se fija en algo y lo mejora. La mayoría de los cambios son el resultado de muchos pequeños pasos innovadores. Esta clase de creatividad es imperante.

Ejemplos de la creatividad secundaria son los productos que desarrollan y concretan ideas formuladas por otras personas, como pueden ser puentes, casas, automóviles, experiencias científicas, etc. Si hacemos una revisión de nuestras “experiencias culminantes” se puede manifestar que son, como la felicidad, momentos transitorios de auto-actualización. Durante esos momentos culminantes estamos más enteros, más integrados y más conscientes de nosotros mismos y del mundo, se siente un desasosiego tal vez producido por esta mezcla de sentimientos.

Hay creadores que han logrado concentrar sus propósitos a través de procesos que les han implicado mucho esfuerzo y perseverancia. Un ejemplo de ello es William Shockley, que obtuvo el premio Nóbel por la invención del transistor.

**La persona creativa e innovadora**

La famosa frase de Picasso, “***que las musas me encuentren trabajando***” ha favorecido que mucha gente piense que la creatividad te debe llegar, frente a la idea de que se puede generar a voluntad.

Las personas pueden desarrollar la creatividad y la innovación, siempre que estén dispuestas a practicar algunos comportamientos. Pero antes de continuar, debemos definir creatividad e innovación para que no existan confusiones.

La creatividad se puede definir como “***la capacidad de generar ideas nuevas que aporten valor***”. Esto puede aplicarse a cualquier área de la vida o de la empresa, y que tanto la novedad como el valor no tienen por qué ser necesariamente absolutas. No hace falta conceptualizar el famoso “**post-it”**, para decir que la idea es creativa. Puede que una idea sea percibida como nueva y les aporte valor a una pequeña comunidad, y no lo haga para otras. Para los que lo hace, la idea será creativa.

Por ejemplo, en una empresa el hecho de usar una televisión como pantalla para anunciar a los visitantes los productos que ofrece, puede no ser creativa porque es algo que hacen desde hace mucho; sin embargo, para un hotel el hecho de que los invitados puedan, según llegan a la recepción, seleccionar sus habitaciones mirando como son por dentro en una pantalla de televisión colocada en el mostrador, puede ser percibido como muy creativo.

La novedad y el valor son subjetivos, y tienen mucho que ver con el contexto al que se circunscriben.  A veces el simple hecho de sacar una idea de su contexto, y colocarla en otro, produce novedad y genera valor, mientras que en el contexto del que provenía, se consideraba algo normal.

Por otro lado podemos definir innovación como la “***implementación de ideas nuevas que aportan valor cuantificable***”.

La diferencia más importante es que aquí ya no hablamos de la capacidad de generar ideas, sino de la implementación de esas ideas. Y además, decimos que debe el valor debe ser **cuantificable**.

En muchas ocasiones una idea nueva puede tener un valor percibido, y definirse como creativa en la empresa que se genera; sin embargo puede ocurrir que cuando finalmente se materializa la idea, el mercado no termina de reconocerle el valor, por lo que la idea no se llega a difundir.

No es necesario que una persona cumpla todos los aspectos que a continuación se describen para ser más creativa y/o más innovadora, pero seguramente, de una u otra manera, todas están presentes en aquellos momentos en los que nos mostramos creativos o innovadores.

**Creé en vos mismo**

Las personas que se atreven agenerar nuevas ideas, y las que las implementan, tienen un alto concepto de sí mismos, creen en sus ideas, y tienen una alta autoestima. En definitiva, no necesitan la aprobación de los demás, y por ello se atreven a plantear sus nuevas ideas aunque desafíen la lógica de todos sus colegas.

**Se tu mejor amigo**

Las personas tendemos a juzgarnos de forma especialmente dura cuando las cosas no nos salen como queremos, o cuando los demás no nos muestran su aprobación. Las personas que crean e innovan, se tratan a si mismos como a su mejor amigo. No se insultan cuando algo les sale de forma contraria a lo que esperaban. Saben leer el “feedback” negativo como información valiosa de la que pueden aprender.

**Diferir el juicio**

Los practicantes de la creatividad y la innovación, saben aplazar el juicio cuando se les ocurre una idea que suena a locura, por poco habitual, o incluso cuando alguien les plantea algo que por conocimientos o experiencia no les parece factible.

**Controlar el miedo al ridículo**

Uno de losmayoresenemigos de la creatividad es el miedo al ridículo, al fracaso. Las personas que saben generar ideas, o implementarlas o ambas cosas, saben que el miedo al ridículo es poco útil a la hora de generar ideas radicales, o incluso simplemente diferentes. No sienten miedo porque saben que contando ideas nuevas que a priori pueden llegar a parecer absurdas, pueden surgir ideas geniales.

Este fue el caso de **Spencer Silver** en **3M**, cuando decidió no deshacerse de un pegamento que no había funcionado como esperaba, y pegaba mal; no le dio vergüenza airear su “fracaso”, y lo compartió con la esperanza de que fuera útil para alguien. Cuando finalmente conoció a **Art Fry**, que buscaba un pegamento poco adhesivo para los papelitos que le servían de marca-páginas, los **“post-its”** estaban a punto de nacer como nuevo producto.

**Buscar los QUÉ para después buscar los CÓMO**

Para la mayoría de las personas, cuando se le plantea un objetivo, un qué, que lo saca más allá de su zona de confort, la respuesta más habitual es no seguir avanzando en pos de su consecución; no creen que puedan conseguirlo, y por tanto no buscan el **cómo**. Sin embargo, los desafiadores de la lógica, los creativos y los innovadores de este mundo, se pasan el día, creyéndose los “**qués**” ambiciosos, y buscando luego los “**cómos**”. A veces de forma consciente a base de practicar técnicas de creatividad, y otras, dejando que su inconsciente sea el que se ocupe de encontrar posibles a soluciones.

**Se esfuerzan por conocer sus creencias limitantes**

Muchas de las mejores innovaciones han surgido cuando alguien ha desafiado, e incluso reventado, el **paradigma** existente en un determinado campo. Las creencias son los anteojos a través de los cuales miramos el mundo. No percibimos la realidad como es, sino como nuestras creencias poderosas, o limitantes, nos permiten. A la hora de generar nuevas ideas revolucionarias, es necesario salirse del freno que suponen las creencias limitantes. “¿*Fundamos una fábrica de computadoras sin almacén*?; “¿*Y qué más?*”; “¡*Si, y además podemos prescindir de los distribuidores!*”. “¡*Dale, dejate de decir incoherencias! Las fábricas necesitan almacenes, y los fabricantes necesitan distribuidores para vender sus productos*”.

Esta conversación bien podría haberse producido en más de una oficina central de algún fabricante de computadoras, y en la que mientras las creencias limitantes de un colega, frenaban las ambiciones soñadoras de otro, un tercero en alguna habitación de colegio mayor, digamos que un tal Michael Dell, le daba un pensamiento más profundo a la idea, y concebía un modelo de negocio que ha hecho tambalearse a muchos grandes. Y todo por saber descubrir las creencias limitantes y esquivarlas.

**Evitar etiquetar la realidad como “imposible”**

En línea con varios de los puntos anteriores, las personas que no difieran el juicio, que son presa de sus juicios limitantes, que no saben creerse los qué ambiciosos, suelen defenderse de los ataques de los “locos” innovadores diciendo: “eso es imposible”. Eso sí, lo hacen sin tener conciencia de que están etiquetando la realidad, lo que es posible y lo que no, desde la ignorancia. Porque decir que algo es **imposible**, lleva implícito decir que “**conozco todas las formas posibles en el mundo de hacer eso que otros se plantean y que yo veo como imposible, y sé que ninguna de ellas es efectiva**“.

Sin embargo, es bien cierto que este mecanismo de defensa tiene grandes beneficios para mantener el status quo, para no estresar a nuestra mente, pensando e incluso aprendiendo nuevas formas de hacer que hasta hace poco no conocíamos.

**Atreverse a decir “no sé cómo”**

Como consecuencia de creerse los “qués” imposibles, los creativos, y los innovadores, desarrollan con facilidad una de las habilidades más difíciles de encontrar en las organizaciones: la humildad al servicio de la innovación. Decir, **no sé cómo** en los entornos corporativos requiere mucho coraje para mucha gente, salvo que no te importe lo que piensen los demás. Sin embargo, esto debería ser algo aceptado y obligatorio en las empresas; si siempre lo sé todo, significa que no estoy cambiando nada, que no me he puesto en situación de incompetencia en ningún momento, y que domino todo lo que hago. O dicho en otras palabras, que no me he atrevido a probar nada que no controle. Y claro, sin riesgo no hay innovación. Para innovar hay que enfrentarse al precipicio de la ignorancia, para luego descubrir  que en realidad no es tan profundo, y puede bajarse uno andando y avanzar por el valle mientras se aprenden nuevas habilidades y conocimientos.

**Hacerce muchas preguntas**

Es evidente que si me atrevo a reconocer que no sé cómo conseguir algo que me he propuesto, o que me han propuesto, ya no me va a ser difícil, hacerme preguntas. Y no importa que no tenga las respuestas. Lo importante es que me haga preguntas, que confíe en mi inconsciente para buscar preguntas, pero sobre todo, que explore otras áreas, empresas, industrias, actividades, diferentes a la mía, ya que en ellas puede estar la respuesta a mis preguntas. Otra forma de encontrarla es atreverme a compartir mis dudas, mis preguntas  con otras personas que pueden tener la respuesta, pero que no me la van a dar salvo que conozcan lo que busco.

Un ejemplo de esta actitud se atribuye a Einstein, cuando le preguntaban que porqué era tan listo. Él contesto que era por su madre. Que cada día que de pequeño volvía del colegio su madre no le preguntaba: “¿qué ha aprendido hoy?”. Le preguntaba en cambio: “¿Qué has preguntado hoy?”. Y esto hizo que desarrollara una gran habilidad y curiosidad por hacerse preguntas. Los seres humanos estamos más acostumbrados a responder preguntas, aunque sea inventándonos respuestas, que a hacernos preguntas.

**“Contame más”**

Cuando las personas innovadoras dirigen a otras personas también se aplican estos mismos principios. Cuando alguien les cuenta una idea que desafía su lógica, cuando alguien les propone algo que les hace sentirse incómodos, los líderes innovadores hacen todo lo posible por diferir el juicio, y aunque su pensamiento sea, “que tontería”, lo que verbalizan con una sonrisa a su colega, colaborador, o jefe es: “contame más”.

Precisamente porque son conscientes de la limitación de su conocimiento, porque no les cuesta preguntar, porque reconocen que no lo saben todo, y porque han aprendido a creer en lo imposible, dan el beneficio de la duda a cualquier idea, y no la niegan porque son conscientes de que su percepción de la realidad es parcial, y que puede haber información que aún no han recibido que sea crítica. O dicho de otro modo, puede que crean que sólo están viendo un trozo de carbón, cuando en realidad tienen delante un diamante en bruto.

**Canalizar el pensamiento creativo en un equipo**

El temor a dar rienda a la creatividad del equipo sin saber cómo canalizarla es un buen ejemplo del coste del **miedo** en las organizaciones. Es hasta cierto punto lógico que el directivo que no se siente capaz de canalizar la creatividad de su equipo intente limitarla, ya que ve en ella una **amenaza a su propia autoridad**.

Estimular la creatividad del equipo requiere unos niveles de **liderazgo** que por desgracia superan el estándar de la mayoría de las organizaciones. El directivo que además es líder tiene confianza en sí mismo y en su equipo y por tanto no teme la **diversidad** de opiniones y puntos de vista que sin duda se producirá al fomentar la creatividad, ya que entiende que proponer ideas alternativas, o incluso opuestas, es un **sano ejercicio de debate interno**, siempre enriquecedor si se canaliza adecuadamente.

Sin embargo decidir los objetivos (“qué”) y la forma de alcanzarlos (“cómo”) viene siendo **tradicionalmente** responsabilidad del directivo. En el extremo, cuando la decisión del “cómo” va más allá de marcar unas simples líneas generales a seguir, nos encontramos con el **micro-management**, esa obsesión por el control tan frecuente en muchas organizaciones.

Estas formas tradicionales de **dirigir, de no liderar**, equipos han quedado definitivamente **obsoletos por ineficientes**. Las organizaciones del futuro exigen **otro tipo de liderazgo**, mucho más participativo, que permita realmente aprovechar al máximo las capacidades de las personas.

Es sin duda lógico y comprensible que el directivo tradicional sienta no temor sino pánico ante la idea de **ceder voluntariamente el control** en exclusiva que tanto tiempo ha ejercido.

Por eso, una buena forma de dar el primer paso hacia estas nuevas formas de relación líder-equipo es el uso intensivo del “**cómo**” para **generar zonas creativas**.

Ceder al equipo el control sobre el “**cómo**” es recorrer la mitad del camino hacia el **estado final deseado**. Supone para el directivo un **riesgo controlado**, ya que sigue siendo él quién decide el “qué”, pero a la vez introduce un **cambio radical** en la forma de interaccionar con su equipo.

La gran ventaja que ofrece el uso del “**cómo**” es que, al estar limitado por el “**qué**” previamente definido, ofrece al directivo un **entorno de aprendizaje seguro** en el que adquirir y desarrollar las **nuevas habilidades** que necesita.

Permitir al equipo ser creativo sobre “**cómo**” llevar a cabo los “**qué**” es una forma excelente de comprobar lo mucho que la **participación y conversación** pueden contribuir no sólo a incrementar el rendimiento del mismo sino a la mejora de las relaciones entre sus integrantes.

Si quieres dejar el “yo pienso, tú actúas” para pasar al “todos pensamos y actuamos”, pero te asusta un poco la **magnitud** del cambio, te sugiero que pruebes empezando con el “todos pensamos el cómo y actuamos”. Te sorprenderás.

**Interrumpir nuestras tareas, entrar en Internet y vagar por sus contenidos puede ser un medio de buscar, conscientemente o inconscientemente, un estímulo para nuestra creatividad. Sobre todo si los contenidos que leemos, escuchamos o miramos nos provoca una sonrisa o emociones positivas.**

En un reciente estudio “*Better Mood and Better Performance: Learning Rule-Described Categories IsEnhanced by Positive MoodRuby*” realizado por un grupo de investigadores de la **Universidad de Western Ontario** centrados en temas relacionados con el cómo nuestras emociones afectan nuestras actitudes cognitivas, han llegado a la siguiente conclusión: **las personas que dedican una parte de su tiempo a temas que les despiertan sensaciones positivas son mucho más eficientes que las que lo dedican a temas que provocan sensaciones tristes o neutras**.

Para ello establecieron tres grupos en un entorno específico de aprendizaje centrado en la capacidad de observar un número determinado  de elementos,  distinguir características comunes (modelos o patrones) y agruparlas por categorías, a cada grupo de participante se les provocó un estado de ánimo diferente –tristeza, neutro y alegre- mediante la audición de música y la visualización de vídeos.  El resultado fue que el grupo que se les provocó un estado de ánimo de alegría tuvieron mejores resultados que los otros dos. En promedio fueron entre el 15% y 20% más eficiente que los otros dos grupos.

Los dos temas que provocaron un estado de ánimo más positivo fueron:

**Mozart ” Eine kleine Nachtmusik” Allegro**  y  **Laughing baby**

De este estudio podríamos inferir que navegar por la Red y ver vídeos en **Youtube** nos puede predisponer a potenciar nuestra creatividad y, en un entorno empresarial o profesional, incrementar nuestra productividad. Una inferencia que podría estar avalada por otro **estudio más antiguo** de **Brent Coker**, profesor de Management y Marketing de la Universidad de Melbourne, donde se mostraba que los empleados que dedican un tiempo razonable a navegar por la Red (un 20% de la jornada del trabajo) tenían un productividad superior de un 9% sobre aquellos que no lo hacían.

Y es que el *Workplace Internet Leisure Browsing*(WILB), es decir, las actividades que un empleado puede realizar en la Red como  navegar por la web para obtener información y opiniones sobre productos, leer noticias, jugar a juegos, mantenerse al día con las actividades de sus amigos en las redes sociales o ver videos en **Youtube**, son como unas vacaciones cortas y discretas durante la jornada laboral que permiten que la mente descanse y, por tanto, conseguir una mayor concentración total neta de un día de trabajo, y como resultado, un aumento de la productividad.

Estas investigaciones muestran el lado positivo de la procrastinación en el sentido que postergar actividades o situaciones que deben atenderse sustituyéndolas por otras situaciones más irrelevantes y agradables que nos permiten prepararnos, con la mesura debida, para afrontarlas en mejores condiciones. Mientras tanto, en la gran mayoría de empresas y organizaciones, aquí y al **otro lado del Atlántico**, todavía ven la *procrastinación en el puesto de trabajo como un elemento negativo o* una pérdida de tiempo.

La cuestión:  ¿Inmersos en una Sociedad de la Información y el Conocimiento, se sigue asociando productividad con los culos prietos calentando la silla durante horas y horas?

**Nota aclaratoria**: La procrastinación en su acepción clásica hace referencia a un trastorno del comportamiento vinculado al sentido de ansiedad generado ante una tarea pendiente de concluir y la tendencia de evadir responsabilidades posponiendo tareas a realizar puede llevar al individuo a refugiarse en actividades ajenas a su cometido.

En esta entrada hemos recurrido a un juego semántico al utilizar dicho concepto desde un punto de vista positivo, ya que se suele abusar de su utilización para denotar actividades relacionadas con la *Workplace Internet Leisure Browsing,*sobre todo, en el puesto de trabajo y cuyo objetivo es ese descanso que nos permite “recargar las pilas”.

**La obra que más popularidad otorgó a Edward De Bono como autoridad a nivel mundial del pensamiento creativo fue “El pensamiento lateral”. El pensamiento lateral se caracteriza por ser creativo, considerándose como una habilidad mental adquirida en busca de una solución mediante métodos no ortodoxos, que normalmente serían ignorados por el pensamiento lógico.**

El pensamiento lateral no valora las ideas en el proceso de elaboración, sino que primero deja volar la imaginación para después determinar si son correctas o no.

**He aquí los siete puntos básicos del sistema de Edward De Bono para mejorar el intelecto:**

**1. No apresurar juicios (NPI).**

El primer paso para pensar mejor es ver sin poner trabas a nuestra visión del problema. La mayoría de nosotros, al oír una idea nueva o una solución nueva a determinado problema reaccionamos instintivamente aceptándolas o rechazándolas. Luego, utilizamos la inteligencia para defender ese punto de vista.

Una manera fácil de escapar de esta trampa es emplear un medio para pensar que De Bono llama **PNI**: Positivo, Negativo, Interesante. Dedique tres minutos a anotar todas las ventajas que se le ocurran al respecto de una idea; todas las desventajas, y todos los conceptos que no le parezcan acertados ni desacertados, sino, simplemente, interesantes. Lo que logramos con el PNI es ampliar nuestros horizontes mentales, en vez de seguir siendo esclavos de nuestros prejuicios.

**2. Considere todos los factores (CTF),**

Haga un esfuerzo consciente por pensar en todo lo que podría ser pertinente para tomar una decisión. Una pareja de conocidos míos estaba a punto de comprar una casa, cierto verano, cuando un amigo de ellos preguntó cómo se verían los alrededores cuando cayeran las hojas de los árboles, y resultó que, al no haber hojas, lo que verían  desde la casa sería un montón de chatarra de autos chocados.

**3. Imagine las consecuencias y la secuela (CYS).**

En tanto que PNI y CTF nos abren la mente a toda clase de posibilidades, CYS nos auxilia a decidir cuáles serían las más provechosas. Uno de los rasgos que nos diferencian de los animales es nuestra capacidad para imaginar el resultado de nuestros actos. Pero podemos mejorar mucho esta capacidad si aprendemos a aplicarla en forma sistemática.

La técnica de De Bono consiste en imaginar el resultado probable de una decisión en cuatro intervalos futuros: en lo inmediato; a corto plazo (de uno a cinco años); a mediano plazo (cinco a veinticinco años); y a largo plazo (de más de veinticinco años).

**4. Fijar los objetivos (PMO).**

Para este paso las siglas son PMO: Propósitos, Metas, Objetivos. Un instrumento para pensar mejor que no utilizamos a me- nudo es hacer una lista de todas las razones para actuar en determinada forma. La mayoría de nosotros creemos saber cuáles son nuestras metas, pero con frecuencia tenemos propósitos ocultos o que nos salen al paso. El hecho de fijar  perfectamente nuestras metas puede llevarnos a las soluciones creativas de los problemas.

**5. Decidir cuán importante es cada aspecto de un problema (PB: Prioridades Básicas).**

Este paso coadyuva a evaluar y a escoger entre las muchas  posibilidades que se hayan imaginado a través de los pasos anteriores. Supongamos que alguien nos pide dinero prestado. Estudiemos todos los factores, y luego escojamos los tres más importantes. El factor de mayor prioridad podría ser:

“¿Cuándo me devolverá el dinero?”, y a continuación: “¿Puedo fiarme de esta persona?”. Muchos tomamos decisiones movidos por un impulso; hacemos lo que sentimos más importante; sin embargo, sentir no es el sustituto adecuado del pensar.

**6. Buscar alternativas (APO: Alternativas, Posibilidades, Opciones).**

Aprenda a “pensar libre y osadamente”, buscando posibilidades fuera de sus pautas de pensamiento habituales, incluso las que en circunstancias ordinaria consideraría poco prácticas o absurdas. Posteriormente, emplee el sentido común y el discernimiento para eliminar lo imposible.

**7. Ponerse en el lugar de la otra  persona: (OPV: Otro Punto de Vista).**

A menudo, los problemas se refieren a algún conflicto con otra persona, como el cónyuge, el jefe o el vecino. Nos será mucho más fácil encontrar la solución si intentamos contemplar toda la situación desde el punto de vista de la otra persona.

Para ver cómo puede ayudarle a pensar el paso OPV, anote todas las opiniones que suponga usted tiene la otra personas respecto a la discrepancia en cuestión. Seguramente se le ocurrirán ideas que le asombrarán y, además acaso vea varias posibles soluciones al problema.

**Muchas compañías se preguntan donde comenzar sus esfuerzos para conseguir que sus empresas y equipos sean másinnovadores. Algunos eligen comenzar estructurando la organización: creando comités de innovación, generando equipos de trabajo y estructuras. Mientras que otras empresas prefieren comenzar definiendo los procesos de innovación, responsabilidades, tareas y sistemas asociados.**

**[Tell a Friend](http://www.freetellafriend.com/tell/)**

Pero cuando hablamos de Creatividad e Innovación, no estamos hablando del Huevo y la Gallina, donde no hay una respuesta correcta de que es lo que “nació” primero. En términos de Creatividad e Innovación la respuesta esta muy clara: primero **las ideas.**

**Toda innovación ha surgido de una pequeña o gran idea**. Sin ideas, los procesos de innovación, estructuras o sistemas carecen de sentido o utilidad. El corazón del proceso de innovación es la idea y por lo tanto es este el lugar adecuado para comenzar a estimular la creatividad en la organización. Por supuesto que **ideas que solo se quedan en ideas de poco sirven**, pero la idea-una vez generada- puede convertirse en un proyecto innovador en cualquier momento.

Sin embargo, **no hay proyectos innovadores sin ideas.**

¿Cómo puede hacer un equipo o una pequeña empresa para estimular su innovación sin grandes inversiones? Estos tres simples pasos pueden ayudar a que su equipo o empresa empiece a tener proyectos innovadores mañana:

**1. Asigne un tiempo para innovar:**

La Creatividad e Innovación no pueden ser una tarea para “los ratos libres”, si queremos dedicarnos seriamente a ella, todas las personas de su equipo tienen que recibir el mensaje claro: **innovar es una parte fundamental del trabajo de todos, y no una tarea optativa para los ratos libres.**

**2. Potencie la Diversidad y las Ideas Originales:**

No espere que sus equipos, sin ninguna formación o entrenamiento, comiencen a aportar cientos de ideas originales y valiosas solo porque ahora sea una prioridad para usted. La creatividad es una habilidad y como tal debe ser desarrollada, **utilice técnicas de creatividad rompedoras para estimular la originalidad, forme a su equipo y de la bienvenida a las ideas mas atrevidas.**

**3. Convierta sus ideas en Proyectos:**

Tener ideas sin proyectos es como tener huevos sin empollar; todo el potencial esta allí, pero sin los pasos adecuados el polluelo nunca nacerá. Recuerde que así como del huevo no nacerá una gallina adulta, de una idea no saldrá inmediatamente un proyecto terminado. **Confeccione prototipos de las ideas más originales para ganar aprendizajes clave antes de apostar definitivamente por el proyecto**

**Expansión**

**“Crear es unir”, afirmaba el filósofo francés, P. Teilhard de Chardin. La creatividad nace de la unión de ideas que chocan entre sí, que se retroalimentan, se corrigen y se desarrollan. En muchas ocasiones, de esas uniones espontáneas nace la innovación. Cuanto más interrelacionada esté una sociedad más posibilidades existen que surjan nuevas ideas.**

**[Tell a Friend](http://www.freetellafriend.com/tell/)**

**El contexto, la comunicación y la libertad para que fluya el imaginariocolectivo generan el mejor caldo de cultivo para la creatividad.**

**Steven Johnson**, el autor de **Where good ideas come from**, critica los muros que impiden conectarnos, defiende un escenario abierto en el que las ideas puedan intercambiarse libremente, en el que puedan reinventarse. Un entorno que hoy día muchos aprovechamos a través de plataformas como **Twitter**, una aplicación abierta a comentarios, opiniones en 140 caracteres que despiertan la creatividad de sus usuarios. Un ágora virtual que permite el fluir de ideas.

Pero las ocurrencias no necesitan únicamente un contexto propicio para su nacimiento. La oportunidad, el error, la casualidad, los préstamos, etcétera, son factores que potencian la creatividad.

Todos tenemos la capacidad de crear. Es algo intrínseco al ser humano. Nuestro cerebro es una gran red social, líquida, en la que las neuronas chocan entre sí generando nuevas ideas. Aunque la mente está en constante movimiento, la relación con otras personas alimenta la innovación. Cuanta más gente se relacione entre sí, mayor será el tráfico de ideas y más creativas serán esas personas. Un ciudadano medio de una urbe, por ejemplo, se puede considerar tres veces más creativo que aquel que vive en un pueblo pequeño.

Ésta es la filosofía corporativa que defiende Apple. Esta compañía –recelosa de sus creaciones, hermética al exterior– es, por dentro, un hervidero de imaginación. Todos sus departamentos se relacionan entre sí, comparten toda la información y mejoran sus productos de forma coordinada. La compañía que lanzó el iPad, el iPhone y el iPod, funciona como un cerebro perfectamente ensamblado en el que sus neuronas (empleados) conectan entre sí libremente. El contacto constante entre departamentos también contribuye al nacimiento de nuevas ideas. Y es que la creatividad es más fértil cuanto mayor sea el espectro disciplinar en el que se muevan las personas.

Una idea necesita tiempo para poder desarrollarse. “Todas las ocurrencias nacen a medio cocer”, asegura Johnson. Por eso mismo, algunas empresas como **Google** permiten a sus ingenieros unas horas libres de su jornada diaria para sus propios proyectos, que luego servirán para enriquecer el producto que vende esta compañía. Este ‘tiempo libre’ que Google facilita a sus empleados no les exime del error. Equivocarse forma parte de cualquier proceso creativo y los inventores tienen que aprender a aprovecharse de este obstáculo en el camino.

Las ideas y, en última instancia la innovación, se dan siempre en contextos donde la libertad creativa prima sobre los intereses comerciales y no siguen pautas determinadas, algo que las empresas deberían tener en cuenta a la hora de motivar a sus empleados.

**1. Adyacente posible**

Las ideas no pueden caminar más rápido que las posibilidades tecnológicas. El adyacente posible es la disponibilidad, es la herramienta que facilita el desarrollo de una idea. Un ejemplo claro lo encuentra Johnson en la introducción de las incubadoras en África. Según se relata en el libro, las muertes prematuras de recién nacidos en el continente negro eran muy elevadas, hasta que se introdujeron las incubadoras. Sin embargo, África no contaba con las piezas necesarias para el arreglo de éstas cuando se estropeaban. Faltaba el adyacente posible. El problema se solucionó utilizando piezas de coches.

**2. Redes líquidas**

Una idea en la cabeza no es más que el resultado de una red de neuronas conectadas entre sí que chocan y forman combinaciones nuevas. Esta red líquida que conforma la mente humana puede trasladarse a la sociedad. Antes del crecimiento de las urbes, las personas funcionaban mediante redes gaseosas, es decir, no había conexiones entre ellos. Con el nacimiento y desarrollo de las ciudades se generaron las sociedades de redes líquidas: personas diferentes, con ocurrencias distintas, que se relacionan entre sí fomentando, de este modo, la creatividad. Los vínculos que se creaban entre los ciudadanos impulsaron el desarrollo de nuevas ideas. Los alfabetos, los canales, el cemento, las calderas, etcétera, son productos de estas redes líquidas que facilitó la vida en las ciudades. La innovación es el resultado del choque de ideas entre distintas personas.

**3. Ideas que nacen de otras ideas**

En algunas ocasiones, las buenas ideas son fruto de otras. Hay inventos que nacen de préstamos. Por ejemplo, la prensa de tipos móviles de Guttenberg estaba basada en una prensa para vino, o Internet, que se originó como un sistema académico para compartir archivos e hipertextos, y ahora es el mayor foro mundial. Las ideas pueden nacer de otras destinadas a distintos fines, de ahí la importancia del intercambio. En una sociedad viva las personas que la forman comparten sus opiniones. La reuniones, los ‘brainstorming’, etcétera, son fórmulas en las que se fomenta la creatividad. Las invenciones herederas de otras ideas también pueden nacer en nosotros mismos. Las personas que se dedican a varios proyectos suelen ser creativamente más fértiles que los que se concentran en una sola disciplina.

**4. Las plataformas**

Existen entornos favorables para que una determinada idea o producto pueda salir adelante. Puede ser un edificio, un sistema de trabajo o una reunión de amigos. Se trata de ecosistemas, ambientes en los que se fomenta la innovación. Por ejemplo, los científicos que crearon el GPS atribuyeron el éxito de su trabajo, no tanto a los artilugios con los que contaban en el laboratorio –destinado, en un primer momento, al seguimiento de las emisiones de un grupo de satélites durante la época de la Guerra Fría–, como a la atmósfera que se respiraba en él, a la buena relación con los compañeros y al libre intercambio de ideas que propiciaron el invento. Una plataforma no tiene por qué ser algo físico, tangible. Internet, por ejemplo, es una gran plataforma en la que se comparten ideas, archivos y opiniones que pueden dar origen a inventos y productos. Las redes sociales son lugares virtuales en los que se lanzan ideas sin intereses comerciales y se intercambian ocurrencias.

**5. Aprender de las equivocaciones**

El error es una parte inevitable en cualquier proceso creativo. Por eso mismo, es importante asumir que todas las personas se equivocan y que estos fallos pueden llevarnos a nuevas estrategias, a cauces que no nos habíamos planteado y vueltas de tuerca que pueden facilitar la innovación. Algunos de los inventos que hoy utilizamos tuvieron su origen en un error. La sacarina, la penicilina o el marcapasos son producto de equivocaciones. El ingeniero estadounidense Wilson Greatbatch descubrió por accidente el marcapasos cuando trabajaba en un mecanismo que permitiera grabar los sonidos del corazón. El error se originó cuando Greatbatch usó una resistencia eléctrica diferente en su invento, consiguiendo que éste pulsara cada 1,8 milisegundos. Éste y otros ejemplos demuestran que aunque equivocarse no es el objetivo, no hay que tener miedo de los errores.

**6. La ‘serendipia’ o el hallazgo fortuito**

Hay ideas que surgen sin querer, por casualidad. La mente funciona así. En la fase REM del sueño todas las ocurrencias que tenemos circulan con facilidad en un perfecto orden que, a veces, degenera en caos. Es durante esta fase de confusión cuando se produce la ‘serendipia’. Cuánto más tiempo duren estos periodos de caos mayor es el coeficiente intelectual de la persona. La ‘serendipia’ suele producirse con mayor frecuencia en aquellas personas que tienen una actividad más interdisciplinar. ¿Nunca se le ha ocurrido una idea cuando estaba trabajando en otro asunto? De esto se trata. Johnson cuenta que la sociedad es clave para que se produzcan las ideas por casualidad, gracias al confrontamiento de opiniones y ocurrencias. Internet facilita la ‘serendipia’, pues permite búsquedas que llevan a resultados dispares, en ocasiones, a destinos a los que no se pretendía llegar. Navegar por la red de redes fomenta la innovación y la creatividad.

**7. La corazonada lenta**

La mayoría de las grandes ideas llegan al mundo a medio hacer. A cualquier persona le puede asaltar una ocurrencia en cualquier momento. Es un instinto, un primer esbozo de lo que puede ser, una vez desarrollada, un invento nuevo. Por eso, para fraguar es idea se necesita tiempo. El verdadero esfuerzo es la constancia para cocinar a fuego lento ese primer pensamiento hasta llegar a darle forma real. Internet, por ejemplo, nació de una corazonada. **Tim Berners-Lee**, el inventor del hipertexto, pensó que podría idear un método para intercambiar información acerca de sus investigaciones con sus colegas del laboratorio de investigación en física de partículas (CERN) en el que trabajaba. Le llevó 10 años, pero él fue quien creó el hipertexto.

**La *vocación y la misión* de todo ser humano consiste en lograr el *ideal* adecuado a su dignidad. *Educar* es, pues, ofrecer ese supremo valor –*el ideal humano*- a la *inteligencia* y a la *voluntad*. Es de enorme importancia enseñar desde muy temprano a los niños a reflexionar sobre sus experiencias, para no quedarse en sus impresiones, deseos e impulsos inmediatos y dejar, así su vida vacía de sentido.**

Esto exige *educar la inteligencia* para alcanzar la capacidad de *pensar con rigor* y la *voluntad* de *vivir de forma creativa*.

**Pensamiento riguroso**

El niño tiene en sí mismo la capacidad de pensar, y a nosotros nos corresponde enseñarle a pensar bien. A nuestro alrededor hay realidades que, en sí mismas, no tienen poder de iniciativa, como un martillo, una piedra, unos zapatos... Estos “objetos” están frente al hombre, le son distintos, externos y extraños, y él puede analizarlos sin comprometer su propio ser.

Sin embargo hay otras realidades que, aun presentando las mismas características que un “objeto” –ocupan un lugar en el espacio, son mensurables, asibles, etc...-, en cierto sentido son indelimitables. Por ejemplo, una persona. En cuanto ser corpóreo, puede ser pesada, medida, tocada..., pero ¿puede delimitarse lo que abarca en el aspecto familiar, el ético, el religioso, el afectivo...? Está claro que no, pues el ser humano, aunque tiene una dimensión objetiva, constituye todo un *ámbito de realidad*.

Y la misma diferencia existe entre los meros hechos de la vida cotidiana y los acontecimientos. Cada día aterrizan cientos de aviones que realizan travesías intercontinentales. Pero, la primera vez que un avión consiguió sobrevolar el Atlántico, su hazaña supuso todo un *acontecimiento* de enormes repercusiones para el futuro. A diario disfruta el niño del amor abnegado de sus padres, de sus cuidados y atenciones. Pero hay un día al año de resonancia muy especial: el aniversario de su nacimiento. Constituye un *ámbito* de *agradecimiento,* porque un día vino a la existencia; de *alegría,* porque ahora forma parte de la familia; de *gozo*, por poder compartir la vida con él. Es la *fiesta de la participación en el hogar*.

Si vemos todo borrosamente y no distinguimos unas realidades de otras, empobrecemos peligrosamente nuestra existencia, pues sólo los *ámbitos* pueden encontrarse entre sí, no los *objetos*. Con meros *objetos* no podemos tener experiencias de encuentro, que son las que llevan al hombre a su realización personal. Por eso, lo decisivo en la vida es elevar todo lo posible los *objetos* a condición de *ámbitos*, y evitar en toda circunstancia practicar el *reduccionismo*, que consiste en reducir de valor las realidades y acontecimientos de la vida.

**Dimensiones de una inteligencia madura**

La distinción aquilatada de los diversos modos de realidad encierra una extraordinaria importancia pedagógica, pues nos encamina por la vía de la madurez humana. Al ajustar su mente a cada tipo de realidades y acontecimientos, el niño descubre qué actitud corresponde a cada modo o nivel de realidad. Con ello, pone en tensión la mente y cultiva las *tres dimensiones de la inteligencia madura*: *largo alcance, amplitud  y profundidad*.

***1. Largo alcance* (ver más allá de lo inmediato)**

Debemos ejercitar la capacidad de superar las apariencias, penetrar en cada una de las realidades y captar su sentido profundo. Esto supone hacer justicia a cada realidad y reconocer en cada instante en qué nivel de realidad nos estamos moviendo. La mera libertad de movimientos puede parecer, a primera vista, la forma óptima de libertad, cuando la capacidad de movimientos es total. Pero una *inteligencia de largo alcance* penetra más allá de la apariencia y se percata enseguida de que la *libertad de maniobra*es una forma muy sencilla y pobre de libertad. El que sigue en cada momento la voz de sus impulsos y de sus apetencias más inmediatas, lejos de ser libre, es esclavo de sus propias pulsiones. La auténtica libertad consiste en elegir únicamente las posibilidades que nos ayuden a crecer como personas y alcanzar el ideal ajustado al ser humano.

***2. Amplitud*(considerar varios aspectos de la realidad al mismo tiempo)**

Para comprender el rango y el valor de nuestras acciones, debemos contemplarlas en el contexto concreto en que están inmersas. La relación sexual íntima, por ejemplo, es vehículo expresivo del amor entre dos personas. Pero, si se la desgaja de éste, se la vacía de sentido, se la rebaja de rango; del *nivel 2* de la creatividad se la reduce al *nivel 1*de la mera búsqueda de gratificaciones personales. Esta forma de *ver en conjunto* constituye la segunda condición de la inteligencia madura: *la amplitud*.

***3. Profundidad*(ahondar en la articulación profunda de las experiencias y descubrir su sentido)**

Una inteligencia penetrante tiende a conocer a fondo el lenguaje de la vida creativa, a tener una idea clara de la plenitud de sentido de cada término, de la densidad de contenido que le corresponde, de su verdadero poder expresivo.

Al oír, por ejemplo, la palabra *libertad*, debemos ponerla en relación con todos los términos vinculados a ella: creatividad, valores, sentido de la vida, obligación, normas, cauces... Una inteligencia madura ahonda en las implicaciones últimas de cada realidad o suceso de la vida humana.

Las tres dimensiones de la inteligencia exigen poner la mente en tensión para ver más allá de lo inmediato, considerar varios aspectos de la realidad al mismo tiempo y poner de relieve su sentido. Una inteligencia madura supone el ejercicio de un *pensamiento riguroso* y la voluntad de *vivir de forma creativa*.

Si aprende a reflexionar, a no quedarse en la primera impresión u opinión, el niño contempla las realidades con hondura y en su mutua vinculación. Al pensar con rigor, descubre las leyes básicas del desarrollo humano y prevé qué actitudes lo van a llevar a su plenitud como persona y cuáles, por el contrario, anularán la formación armónica de su personalidad. Así, es capaz de elaborar sus propios juicios de manera coherente y bien fundamentada antes de *formarse una opinión* o *adoptar una actitud*.

Porque *pensar con rigor* no implica sólo dominar los preceptos de la lógica; supone una actitud *colaboradora* con las realidades del entorno. Por eso, estudiar cómo *pensar con rigor* nos lleva naturalmente a reflexionar sobre *la creatividad*.

**La creatividad**

Actualmente, en todos los ámbitos y especialmente en la escuela, se intenta fomentar la *creatividad*, que el diccionario define como “la capacidad de hacer surgir algo de la nada”. A partir de esta primera y elemental definición, la palabra se abre a un abanico de interpretaciones. Suele entenderse, ante todo, por *creatividad* la actividad de un artista que da a luz obras sobresalientes. Esto es cierto, pero no agota el significado del vocablo.

Si queremos “educar en la creatividad” y que nuestro proyecto educativo sea coherente y eficaz, es indispensable clarificar debidamente qué implica la actividad creadora, qué exigencias plantea, cuál es su articulación interna. En primer lugar, la persona creativa ¿hace siempre surgir algo de la nada? Si entendemos que no hay una materia previa que sustente a la experiencia creativa, o que ésta no existía antes de que se la hiciera brotar, ciertamente surge de la nada.

Pero una experiencia creativa no puede darse a solas; es fruto de una experiencia *reversible*; implica la apertura del sujeto creador a realidades de su entorno; no a meros *objetos,* sino a realidades que tienen rango de *ámbitos*. De ahí que la creatividad presente diversos grados, desde la actividad artística de los grandes genios universales hasta la de la persona más humilde y sencilla, que sabe distinguirlos *objetos* de los *ámbitos* y crea relaciones de encuentro.

Somos creativos cuando asumimos activamente alguna posibilidad que nos brinda la realidad y colaboramos a que surja algo nuevo dotado de valor. Asumir “activamente” quiere decir que ofrecemos, al mismo tiempo, nuestras propias posibilidades. Esas posibilidades recibidas permiten a nuestras potencialidades desarrollar capacidades propias. Y, como fruto de ese encuentro, se alumbra algo nuevo que encierra cierto valor.  A solas, nuestras potencias tienen un radio de acción muy limitado, si es que tienen alguno. Una persona puede estar dotada de una gran capacidad para la interpretación musical; sus potencias le permitirían llegar a ser un virtuoso del piano, pero, si no tiene posibilidad de acercarse a tal instrumento, sus potencias no podrán desarrollarse.

Saint-Exupéry recuerda un viaje en un tren repleto de gente de extracción social baja. Un niño pequeño dormía arrebujado entre sus padres. El autor francés se quedó mirando la carita del niño y recordó la figura del gran compositor Wolfang Amadeus Mozart. Y pensó que probablemente ese niño tuviera en sí potencias como para llegar a ser un gran músico, pero temió que la vida no le iba a ofrecer las posibilidades necesarias, con lo cual sus potencias quedarían ahogadas en agraz. Después de una larga reflexión, cuando el escritor separa ya definitivamente los ojos del niño, en su fuero interno lo considera como un “Mozart asesinado”.

*Ser creativo* significa que uno está abierto a las realidades del entorno, se esfuerza en captar sus diversas posibilidades y está dispuesto a entrar en relación de trato con ellas y dar lugar a realidades nuevas y valiosas: obras de arte, tal vez, pero también toda suerte de experiencias reversibles y, sobre todo, relaciones de encuentro personal.

Además, y esto encierra enorme importancia para la educación de los niños, el ejercicio de la creatividad desarrolla al máximo en el hombre la capacidad de *admiración*. Ésta constituye el antídoto de la tendencia al *reduccionismo*, a reducir el valor de cuanto nos rodea y amenguar, así, nuestra capacidad creadora en todos los sentidos. La quiebra de la creatividad nos lleva al escepticismo, al nihilismo y consiguientemente, al absurdo. Debemos esforzarnos en enseñar a los niños a admirar lo valioso, para que se abran a los valores en actitud creativa, y se entusiasmen con ellos al sentir que los llevan al cumplimiento de su propia vocación: *ser personas en plenitud*.

La creatividad suscita entusiasmo por los valores, y éstos a su vez potencian la creatividad. Si no se propicia que el niño se abra activamente a las realidades valiosas que se le ofrecen, no sentirá entusiasmo. Sin entusiasmo no tendrá motivación alguna para cumplir las condiciones del encuentro. De éstas depende toda relación de intimidad entre esa realidad valiosa y él. Sin tal intimidad, la realidad valiosa se le aparecerá como extraña, y no le interesará, le dejará indiferente. La indiferencia lleva al hombre al desinterés y la apatía, actitudes ambas de efectos temibles que inquietan sobremanera a los educadores.

Todos podemos ser creativos, al menos en el sentido de fundar vínculos valiosos con las realidades circundantes. Pero, para estar en condiciones de realizar experiencias creativas, debemos reconocer las realidades que son susceptibles de ofrecer posibilidades y distinguirlas de los meros objetos manipulables. Ello exige desarrollar un *pensamiento riguroso*. Si deseamos fomentar la creatividad, hemos de aprender a *pensar bien*, ya que *creatividad* y *pensamiento riguroso* se exigen mutuamente.

Pensar bien significa básicamente penetrar a fondo en el núcleo de cada realidad o acontecimiento, y hacerles justicia, no violentarlos. Esto supone la utilización precisa de los vocablos adecuados a la cuestión que se está tratando, pues, de lo contrario, se traiciona la realidad, y la comunicación se empobrece hasta hacer inviable el encuentro. Una forma correcta de expresarse facilita la creatividad y el encuentro, mientras que una manera pobre o inadecuada de utilizar el lenguaje no sólo bloquea en el niño las posibilidades creativas sino que lo deja inerme ante los ardides de cualquier manipulador.

Lenguaje y pensamiento están íntimamente ligados: es necesario un pensamiento riguroso para aquilatar bien el sentido de las palabras y frases que pronunciamos, para vincular los conceptos y dar razón de lo que creemos, y también, como es lógico, para saber qué significa e implica lo que hacemos.

Una mente rígida, sin capacidad de profundizar, se quedará encapsulada en cada concepto. Por el contrario, el que vive creativamente es capaz de penetrar en el *sentido* del lenguaje creativo, que exige tensión de mente y estilo relacional de pensar. Pero la flexibilidad de mente no es innata, y aprender a *pensar con rigor y vivir de forma creativa* exige la ayuda de un método adecuado para *educar la inteligencia*, que implica tanto el análisis teórico como la entrega a actividades creativas

Técnicas para Desarrollar la Creatividad

Existen diferentes técnicas que se pueden aplicar para fomentar el desarrollo de la creatividad. Entre otras podemos citar:

1. Cuestionamiento de la realidad, buscando las dificultades que se pudieran presentar para hallarles soluciones novedosas.
2. Asociación de varios objetos que tienen entidad propia hasta lograr un nuevo objeto con carácter propio.
3. Asignación de nuevas utilidades a los objetos, métodos o procesos. Así les hallaríamos nuevas aplicaciones o usos.
4. División de la realidad (objeto o procedimiento) para reestructurarla. Se trataría de definir partes en las que no se la dividiría habitualmente, determinar fragmentos originales que al reorganizarlos provoquen una nueva realidad.
5. Replanteamiento de los supuestos según los cuales representamos la realidad para encontrar nuevas alternativas.
6. Alteración de la actuación lógica y proceder de forma contraria.
7. Descontextualización de los modelos y objetos: inmersos en un nuevo entorno pueden adquirir nuevas utilidades, relaciones con otros, etc.
8. Redimensión del producto. Al ampliarlo, reducirlo, estrecharlo, ensancharlo, alargarlo o acortarlo el producto cambia y puede llegar a convertirse en otro distinto o a manifestar diversos usos.
9. Análisis de todo lo relacionado con el tema a tratar. Una lluvia de ideas es muy productivo para localizar todo lo que esté relacionado con el asunto problema.
10. Establecimiento de nuevas posibilidades sobre una realidad si existieran los condicionantes oportunos, si las circunstancias fueran diferentes.

Además de estas, existe una gran cantidad de técnicas para desarrollar la creatividad que no son conocidas y que tienen la ventaja de que pueden ser implementadas como una rutina en tu vida e inclusive en equipos de trabajo que quieran generar ideas o modelos de negocios. Algunas son estas:

**Los 6 sombreros para pensa**r: Esta técnica busca analizar la realidad desde distintas perspectivas. Tiene su nombre porque supone 6 puntos de vista distintos a adoptar para una misma situación. Hoy en día es una herramienta muy utilizada para generar innovación empresarial, o para realizar consultorías en la materia.

**Lluvia de ideas (brainstorming)**: Consiste plantear una temática y posteriormente generar la mayor cantidad de ideas posibles al respecto. En esta técnica no importa la calidad de la idea, sino que la cantidad de ideas generadas, por lo que las críticas deben ser totalmente alejadas de la dinámica. Al día de hoy se utiliza constantemente.

**Juegos de rol**: Consisten en adoptar un papel por completo y actuar en consecuencia de sus características. La idea básica es poder interiorizar de mejor manera como viven distintas personas un punto de vista, desde las emociones hasta las racionalizaciones involucradas.

**Pensamiento visual**: se trata de explicar mediante dibujos, diagramas o mapas de procesos una idea para que pueda ser analizada de mejor forma. Consta de 4 partes principales: mirar, ver, imaginar y mostrar. El procedimiento es muy entretenido y sirve para ver conexiones donde una palabra no lo permite.

Puzzles y juegos mentales: Existen multitudes de juegos en internet que te permiten “desarrollar tu cerebro” con muchas dinámicas distintas que se encargan de retar tu intelecto, tus capacidades visuales o tu memoria. En lo personal, uno de los juegos es  “Brain HQ”, hay que pagar para acceder a todos sus niveles pero se puede probar gratis. Este juego tiene varios estudios que avalan su funcionamiento y la efectividad de invertir tiempo en él.