

DESARROLLO, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN I

Martha Rosmery Rodríguez


EJE 1

Conceptualicemos



Introducción	3
¿Qué es la creatividad?	5
¿Qué no es creatividad?	9
La creatividad en el cerebro	11
El cerebro	11
Obstáculos para el desarrollo de la creatividad	13
La superación de los obstáculos y apertura a la creatividad	16
Métodos para el desarrollo de la creatividad	18
Métodos motivadores (motivadores de la actitud creadora del individuo), ¿qué actitud tengo frente a la creatividad?	19
Cierre los ojos y deje vagar su mente	20
Controle su charla interior.	21
Métodos entrenadores (desarrolladores de la capacidad creadora del individuo), ¿cuento con suficientes estrategias para desarrollar la creatividad?	21
Esquema de los cinco interrogantes	22
Sinéctica	22
Métodos focalizantes (promotores de la productividad creadora del individuo), ¿debo hallar una solución creativa a un problema específico?	23
Mapas mentales	23
Diagrama de Ishikawa	24
Redefiniendo el concepto	25
Bibliografía	27

¿Qué es la
creatividad?



A través del tiempo varios estudiosos de la creatividad en diversos campos, han propuesto definiciones del concepto de creatividad, desde unas básicas, hasta otras más elaboradas pasando por diferentes enfoques. Ahora bien, para efectos del presente módulo, y en la búsqueda de construir un concepto propio de creatividad, y en la vía de también determinar qué no lo es, se abordarán cinco de las definiciones más comúnmente citadas, por autores de diferentes textos especializados en el tema de creatividad y elegidas por su esencialidad como es el caso de la definición dada por la Real Academia Española para, de ellas, identificar sus aspectos más relevantes los cuales se convertirán en el puente para llegar de forma práctica a la construcción de dicho concepto.

En la página principal del eje encuentra la lectura *Creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones* Esquivias (2014). En este artículo podrá encontrar una compilación detalla en orden cronológico de definiciones de creatividad de diferentes expertos en la materia, además de su análisis y aportaciones.



Lectura recomendada

Creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones

María Esquivias

Las definiciones a saber, son las siguientes:

- Facultad para crear. Capacidad de creación (Real Academia Española).
- La creatividad es la facultad humana de generar respuestas novedosas y originales como réplica a las necesidades, problemas, deseos y cuestionamientos del hombre (Kirchner y Schnarch, 2004, p. 79).
- Grinberg: “capacidad del cerebro para llegar a conclusiones nuevas y resolver problemas en una forma original. Se relaciona con la efectiva integración de ambos hemisferios cerebrales” (Fundación Privada para la Creativación, 2015).
- Guilford (1952): “la creatividad, en sentido limitado, se refiere a las aptitudes que son características de los individuos creadores, como la fluidez, la flexibilidad, la originalidad y el pensamiento divergente” (Fundación Privada para la Creativación, 2015).
- “... proceso o facultad que permite hallar relaciones y soluciones novedosas partiendo de informaciones ya conocidas, y que abarca no solo la posibilidad de solucionar un problema ya conocido, sino también implica la posibilidad de descubrir un problema allá donde el resto de las personas no lo ven” (Chibás, 2012, p. 4).

De lo anterior se observa que varias de estas definiciones empiezan con palabras como **facultad**, **aptitud** o **capacidad**, las cuales por su naturaleza gramatical, además de ser sinónimos, son adjetivos, infiriendo que una de las primeras características de la creatividad es la de ser una cualidad, que como afirma Guilford, es inherente a todo ser humano, y que como es bien sabido a través de diferentes estudios, a pesar de encontrarse en diferente medida en cada ser humano, puede cultivarse y desarrollar su potencial, tema que será desarrollado más adelante.



Facultad

Aptitud, potencia física o moral.

Aptitud

Capacidad para operar competentemente en una determinada actividad.

Capacidad

Cualidad de ser capaz para desempeñar algo

Continuando con el análisis un segundo aspecto que se identifica es que varias de estas definiciones usan las palabras crear y generar, al referirse a las soluciones que se pueden dar a un problema las cuales son verbos indicativos de algo que nace, algo que es nuevo, que no existía antes, adjudicándole así a las posibles soluciones características de originalidad y novedad.

Otro aspecto relevante a analizar, es la afirmación que hace Chibás (2012), respecto a que la creatividad, no solo busca explorar las posibles soluciones a un problema, sino que, en un sentido más amplio abarca la cuestión de cómo esta propende por hallar problemas donde otros no los ven, exponiendo entonces que la creatividad no solo se gesta en el momento de dar respuestas a un problema, sino a partir del descubrimiento de problemas (que muy seguramente no son evidentes a los ojos de todos, porque se hallan encubiertos por las situaciones conflictivas que emanan de ellos mismos).



¡Importante!

Esta afirmación es verídica, ya que se ha podido demostrar, a través de diferentes teorías asociadas a las metodologías de resolución de problemas, que el primer paso para gestar ideas novedosas y originales, es descubrir eficazmente un problema, identificar sus componentes acertadamente y describirlo claramente.

Dicho en otras palabras y a manera de síntesis del aporte realizado por Chibás: la creatividad tiene que ver con la capacidad para hallar problemas, entenderlos y resolverlos.

Cabe resaltar una última y no menos importante reflexión, en torno a la relevancia de conocer, cómo funciona el cerebro y el pensamiento divergente, que son mencionados en las definiciones planteadas por Guilford y Grinberg donde el primero define el pensamiento divergente, como una aptitud de los individuos creadores y el último en su

definición de creatividad la exhibe como una capacidad del cerebro; de allí la necesidad de indagar en el funcionamiento del cerebro y en los tipos de pensamiento para entender su relación con las técnicas e instrumentos para desarrollar la creatividad, tema que será tratado al final de este eje.



Figura 1. Pensamiento divergente
Fuente: www.Shutterstock/180797603

Es así que, a partir del análisis realizado a las definiciones arriba expuestas, se propone un primer acercamiento a la definición del concepto de creatividad, invitando al estudiante a reflexionar en torno a ella, para que pueda emitir sus propios juicios o puntos de vista (tanto en acuerdo como en desacuerdo) frente a la misma y retroalimentar de manera propositiva este planteamiento en su proceso individual de aprendizaje.

CREATIVIDAD

Cualidad inherente al ser humano, que integra procesos de **pensamiento divergente** y convergente, dando al individuo el potencial para hallar problemas, entenderlos y resolverlos, mediante el empleo de métodos no tradicionales a fin de obtener resultados novedosos y originales.



Pensamiento divergente

También conocido como pensamiento lateral o creativo, es aquel proceso o método de pensamiento que el cerebro utiliza para generar ideas creativas al explorar todas las posibles soluciones de cómo enfrentar cada circunstancia.

¿Qué no es creatividad?

Ahora bien, en torno a la teoría sobre creatividad se ha generado una serie de ideas erróneas que desdibujan su naturaleza misma y que, a su vez, se convierten en obstáculo para el desarrollo de la capacidad creadora y con una mera definición del término no se lograrían identificar los horizontes entre verdades y mentiras en torno ella o a sus características; por esto se hace necesario hablar de lo que no es la creatividad, para desmitificar estas concepciones y para esto a continuación se exponen algunos mitos, así el estudiante tendrá mayor claridad de lo que sí es la creatividad, en su camino del aprendizaje de métodos y técnicas para el desarrollo de su potencial creativo.

El mejor análisis respecto a lo que no es la creatividad, lo ofrece el psicólogo De Bono, reconocido mundialmente por sus estudios en torno a esta área. En el capítulo 1 de su libro *El pensamiento creativo*, describe las ideas erróneas acerca de la creatividad (De Bono, 1992, p. 65-81), a continuación, se esbozan de manera sintetizada estos postulados:

Se piensa erradamente que la creatividad:

- Solo es un talento natural que no puede ser enseñado.
- Proviene solo de los rebeldes.
- Solo se relaciona a procesos cognitivos realizados en el hemisferio derecho del cerebro.
- Está relacionada solo con el arte y los artistas.
- Solo requiere liberar la mente.
- Tiene que ver con un tipo de intuición súbita y no con el tipo de la que se genera por experiencia y reflexión.
- Es algo loco y amerita poca seriedad.
- Está asociada a la producción de una ráfaga de ideas descabelladas.
- Genera siempre ideas “grandiosas” o que se da a pasos gigantados.

- Requiere del apoyo de otras personas y no se puede gestar de manera individual.
- Tiene como prerrequisito que la persona sea inteligente y que estén ligadas.

Respecto a lo anterior, se puede concluir que:

- No se requiere ser genio para ser creativo.
- No por ser inteligente, se cuenta necesariamente se cuenta con un alto grado de creatividad.
- El nivel de creatividad en un individuo, no es directamente proporcional a sus condiciones físicas, económicas, sociales o mentales.
- La capacidad creativa no es limitada ya que se desarrolla por medio de su uso

constante, y que por ello a su vez la no generación del hábito de ejercitarla, está directamente relacionada con el “adormecimiento” de la misma.

- La creatividad no es resultado del azar o de una “iluminación tipo eureka”, ni se gesta solo en condiciones de comodidad y tranquilidad.
- Una persona creativa no necesariamente es una persona bohemia y rebelde.

Es por esto que cualquier persona tiene la posibilidad de potenciar su capacidad creativa, puesto que más que contar con unos requisitos debe tener la disposición y curiosidad por ampliar sus horizontes creativos. Realice la lectura del documento *Creatividad aplicada* (Cap. 1). Schnarch (2008), en la página principal del eje.



Lectura recomendada

Creatividad aplicada

Alejandro Schnarch

La creatividad en el cerebro

Al hablar de creatividad, se hace necesario realizar una breve explicación de cómo funciona el cerebro y de las diversas formas de pensamiento e inteligencias que han sentado las bases de los diferentes métodos y herramientas de desarrollo de la creatividad diseñados hasta hoy.

El cerebro

Tomando la explicación dada por Montes y Montes (2013):

”

El cerebro humano es una estructura magnífica, formada por sistemas de energía altamente especializados y multiordenados, dotados, de todos los instrumentos necesarios para ayudarnos a lograr cualquier cosa que deseemos.

Su capacidad no ha sido medida por nadie, sabemos que tiene un potencial incalculable y puede ser perfectamente moldeable, mediante los estímulos apropiados y el aprovechamiento de todas las partes que le integran.

En esta estructura se cultivan el poder del pensamiento, la capacidad de actuar, percibir y sentir de concebir imágenes, la memoria y la creatividad (p. 21).



Figura 2. El cerebro
Fuente: Shutterstock/116450380

Ahora bien, los estudios con respecto a la estructura y funcionamiento del cerebro han confirmado la existencia de diferentes sectores dedicados a tareas específicas, engendrando así en el ser humano diversos modos de **pensamiento**; dentro de los cuales se encuentran, los pensamientos de tipo:

- Lógico.
- Analítico.
- Creativo.
- Instintivo.
- Reflexivo.
- Sistémico.
- Crítico.
- Deliberativo.
- Interrogativo.
- Práctico.
- Social.



Pensamiento

Hace referencia a procesos mentales relativamente abstractos, voluntarios o involuntarios, mediante los cuales el individuo desarrolla sus ideas acerca del entorno, los demás o él mismo.

Cada uno de estos tienen características diferentes de acuerdo con su forma de procesar la información y a sus resultados cognitivos, por ejemplo, el pensamiento creativo, conocido también como pensamiento lateral o divergente, se vale de métodos no formales para la resolución de problemas, lo que permiten a los individuos llegar a resultados novedosos y originales, razón por la cual es uno de los tipos de pensamiento en los cuales los estudiosos del tema centran su atención.



El pensamiento lateral no enfatiza el número de ideas creativas para solucionar problemas, sino el rechazo de métodos estándar aplicados mecánicamente a problemas para los que son inapropiados. Aplicar un método estándar se denomina pensamiento vertical. El pensamiento lateral requiere adoptar perspectivas nuevas sobre un problema (Puente, 1999, p. 262).

Es así que de premisas como esta y de diversos estudios que han demostrado que el cerebro cuenta con variadas maneras de procesar la información, y no solo una lógica y secuencial, como se pensaba anteriormente, nace la recientemente afamada teoría de las inteligencias múltiples planteada por Howard Gardner, y que no puede dejar de nombrarse en el tema de creatividad, ya que postula estrategias no formales para el desarrollo de los procesos cognitivos que potencian la capacidad creadora en los individuos.

Esta teoría nació a partir de la falla que Gardner observó en el sistema de medición del Coeficiente Intelectual CI (test de inteligencia desarrollado por Binet en 1900), que se encontraba en furor en su época, empleado para determinar el “nivel de inteligencia de una persona”, dicho sistema es autoritario, uniforme y limitado, tal como indica Gardner:

”

... esta visión unidimensional de cómo hay que evaluar las mentes de las personas, se corresponde una determinada visión de escuela, a la cual llamaré “visión uniforme”. En la escuela uniforme existe un currículum básico, un conjunto de hechos que todos deberían conocer y muy pocas cosas electivas (...) No hay duda de que este método funciona bien para algunas personas (Gardner, 1995, p. 26).

A esto Gardner propone una opción:

”

... una visión alternativa (...) una visión que se basa en un enfoque de la mente radicalmente distinto y que conduce a una visión muy diferente de la escuela. Se trata de una visión pluralista de la mente, que reconoce muchas facetas distintas de la cognición, que tiene en cuenta que las personas tienen diferentes potenciales cognitivos (Gardner, 1995, p. 26-27).

Los tipos de inteligencia que Gardner plantea son:

- Lingüística.
- Musical.
- Lógico-matemática.
- Espacial.
- Corporal-kinestésica.
- Intrapersonal.
- Interpersonal.

Tal propuesta se convierte también en base conceptual del desarrollo de métodos alternativos para cultivar la inteligencia y plantea nuevos escenarios pedagógicos más incluyentes e innovadores, los cuales son compatibles con estrategias para potenciar la creatividad.

Obstáculos para el desarrollo de la creatividad

Un último aspecto a tener en cuenta antes de aplicar cualquier método, técnica o herramienta para potencializar la creatividad, son los obstáculos y **paradigmas** que presenta la misma, entendidos estos como, “todos aquellos factores que nos impiden intentar cambios o lanzar ideas, convirtiéndose en verdaderos frenos de la creatividad, tanto en el plano personal, como organizacional” (Schnarch, 2005, p. 143). Se comentaba en el apartado de los mitos de la creatividad, que toda persona es capaz de desarrollar su potencial creativo y que más que requisitos se requiere disposición para expandirla, aunque está no es tarea fácil, puesto que dentro de los obstáculos más comunes de toda persona se encuentra la **resistencia al cambio**, la cual está fuertemente arraigada como una forma de respuesta ante lo desconocido, ante



Paradigma

Patrones o esquemas establecidos.

lo que puede ser peligroso (precisamente por desconocerse) y poner en riesgo su supervivencia; así, la resistencia al cambio es un escudo natural de toda persona que le protege ante la sensación de incertidumbre que este genera, atentando contra su bienestar y aunque dicho escudo es válido para efectos de supervivencia física, irónicamente en el campo de la supervivencia social y laboral atenta contra ella, puesto que limita las posibilidades de crecimiento personal y profesional.

Ahora bien, si una persona ha experimentado esa resistencia, durante una situación en la que le ha resultado difícil realizar un cambio, aun teniendo la voluntad hacerlo,

o peor aún ha tenido que vivir un cambio involuntario (inesperado) que le ha resultado aún más incómodo al punto de no poderlo realizar, esto no quiere decir que esté destinado a su fracaso en el ámbito personal o laboral, como se nombró antes, esta reacción es parte del mecanismo natural de defensa del ser humano, lo que sucede es que el cambio de por sí ya genera miedo y algunas personas pueden desarrollar en menor o mayor grado este temor; la buena noticia es que también se puede desarrollar la capacidad para enfrentarlo y encausarlo de maneras más efectivas para fines más provechosos por cual lo que sí es posible es trabajar este para mitigar sus efectos negativos sobre la creatividad.



Figura 3. Criticas ante nuevas ideas
Fuente: Shutterstock/702206542

Otro de los obstáculos más frecuentes en las personas, es el citado por De Bono, como “la necesidad de estar siempre en lo cierto”, principal barrera que obstaculiza la producción de ideas.

”

La mayoría de las personas tendemos a criticar las ideas nuevas. Esta tendencia se manifiesta incluso antes que la idea haya sido cumplimentada. Esta clase de comportamiento parece ser una reacción instintiva. Por este motivo, las personas nos resistimos a expresar de una manera franca y abierta las ideas nuevas. Preferimos mantenerlas dentro por el temor a que nos ridiculicen o nos destruyan las ideas (Puente, 1999, p. 262).

Así también, esta necesidad de estar siempre en lo cierto, se convierte en la causa de otro obstáculo, el miedo al ridículo, generando un **efecto bola de nieve**, que arrastra consigo cada vez más la capacidad creadora del individuo hacia su destrucción o su mínima expresión.



Efecto bola de nieve

Forma metafórica de ilustrar una situación, analogándola con la manera en que una pequeña bola de nieve que empieza a rodar cuesta abajo se va creciendo a medida que avanza, hasta salirse de control.

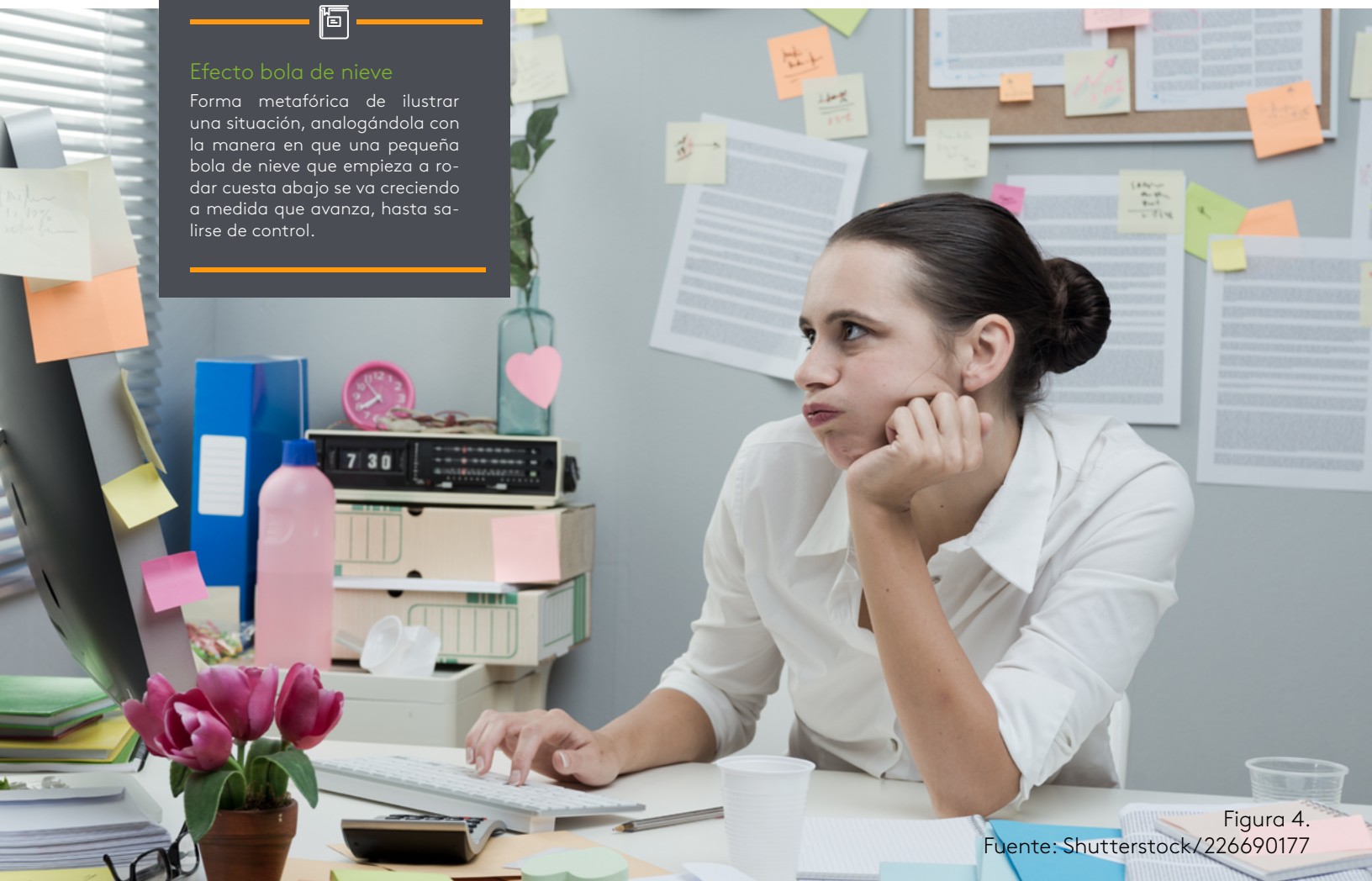


Figura 4.
Fuente: Shutterstock/226690177

También Schnarch (2005) describe en su libro unos factores que se convierten en obstáculo, entre ellos la rutina, la pereza, la experiencia usada como una solución que si ya funcionó antes se repite igual después, la cultura y la educación del aprendizaje por memorización, el apego a convencionalismos, el miedo al ridículo. Adicionalmente cita a otros autores:



Alvin L. Simberg de su libro *Los obstáculos de la creatividad* quien los describe como bloqueos que presentan la mayoría de los individuos, catalogándolos en perceptuales (aquellos que no permiten ver qué anda mal en el uso de nuestros sentidos), culturales (los que tienen que ver con imposición de valores sociales), y emocionales (referentes a las inseguridades y temores personales).

Roger Von Oech quien definió una lista de lo que llama las 10 “trabas mentales”, en su libro *El despertar de la creatividad* (Schnarch, 2005, p. 145-146).

Estas trabas se enuncian aquí de manera general:

- Pensar que solo hay respuestas correctas únicas.
- Excesivo uso del pensamiento lógico.
- Rigidez de reglas.
- Trabajar solo desde lo pragmático.
- Evitar la ambigüedad.
- Pensar que equivocarse es malo.
- Pensar que el juego no es un recurso creativo.
- Especialización en un campo, sesgando la amplitud de visión.
- El temor al ridículo.
- El pensar que no se es creativo.

La superación de los obstáculos y apertura a la creatividad

Ya sean obstáculos, factores o trabas, estos se convierten no solo en un impedimento en el ejercicio de métodos para desarrollar la creatividad, sino que pueden tener una incidencia negativa en su efectividad y resultado. Sin embargo, así mismo, como existen estas “patologías de la creatividad”, también existe una cura que es un “tratamiento” que debe desarrollarse a nivel individual, para que pueda tener efecto en los ámbitos de la esfera, personal, laboral, organizacional o cualquier otro que se considere.

Un primer paso es el **reconocimiento**, es decir, preguntarse de manera sensata cuáles son los obstáculos que más fuertemente marcan la propia forma de ser y que pueden impedir la apertura de la mente para, luego, hacer una **aceptación** de los mismos a partir de una serie de cuestionamientos que los puedan desmitificar y llevar a su superación

para, finalmente, poner en **práctica** técnicas que generen cambios de conducta en vía del desarrollo de la creatividad. Dicho “tratamiento” se convierte en el abrebocas de los métodos para desarrollo de la creatividad que se presentarán en el siguiente apartado. En consonancia con esto y para ilustrar con más detalle los pasos para buscar superar los obstáculos que bloquean la creatividad, se presentan dos listas que resumen acciones concretas, para aplicar a nivel personal y organizacional, respectivamente (Schnarch, 2005, p. 152 y 154).

ACCIONES CONCRETAS PARA LA SUPERACIÓN Y DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD	
Nivel personal	Nivel organizacional
<ul style="list-style-type: none"> Reconocimiento de obstáculos. Acciones para combatirlos. Actitud positiva. Educación de la percepción. Hábito de relacionar. Jugar con ideas. Constancia y disciplina. Comunicación y estímulos. Ejercicios. Métodos y técnicas. 	<ul style="list-style-type: none"> Reconocimiento de obstáculos. Acciones para combatirlos. Cambio de actitud. Mecanismos de estímulo. Canales e instancias. Métodos y técnicas. Estrategias.

Tabla 1. Acciones para el desarrollo de la creatividad
Fuente: Schnarch (2005)

Por último, se observa que conservan similitudes, siendo acciones que pueden ser extrapoladas de un contexto a otro.

Métodos para el desarrollo de la creatividad



”

Si podemos movilizar toda la gama de habilidades humanas, no solo las personas se sentirán más competentes y mejor consigo mismas, sino que incluso es también posible que se sientan más comprometidas y más capaces de colaborar con el resto de la comunidad mundial en la consecución del bien general (De Bono, 1992, p. 34).

Existen tantos y tan variados métodos, como autores y escuelas de pensamiento se han presentado hasta el momento, igualmente se han propuesto diferentes maneras de clasificar estos bajo diferentes criterios, por ejemplo, por la cantidad de individuos involucrados, se clasifican en individuales o grupales, por el contexto; en de ámbito personal u organizacional, por sus características; en racionales e intuitivos, por sus finalidades; de diagnóstico y de generación de ideas, por el tipo de técnica empleada en su desarrollo en analógicos, antitéticos y aleatorios.

Por otra parte y observando los diferentes métodos desde el punto de vista de su finalidad específica frente al objetivo general que todos persiguen, de potenciar la creatividad, se logran identificar tres tipos de finalidades; por una parte unos se enfocan en disponer las condiciones y la actitud del individuo a los procesos de creatividad, otros son tendientes a excitar la creatividad per se y otros buscan direccionar la creatividad hacia un objetivo puntual; es así que se propone una clasificación de los métodos, en tres grupos categorizados así:

Métodos motivadores (motivadores de la actitud creadora del individuo), ¿qué actitud tengo frente a la creatividad?



Figura 5. Ubicación de espacio físico
Fuente: Shutterstock/525266194

Estos métodos se pueden caracterizar por dar pautas para prepararse y disponerse al proceso de ejercitación de la creatividad, haciendo que el individuo logre superar sus obstáculos primarios de bloqueo creativo; por lo cual no están enfocados en resolver una problemática en particular sino en visualización de situaciones. Se pueden identificar más como unas técnicas o acciones sencillas, no metódicas y más bien relajantes que aportan recomendaciones en cuanto a la disposición del espacio, disposición del cuerpo y la mente, pueden ser aplicadas ya sea en grupo o de manera individual; entre estas se enuncian las siguientes:

- Rompimiento del paradigma, “yo no soy creativo”.
- Ubicar un espacio que se considere apto para la creatividad (no necesariamente tranquilo).
- Cambiar la rutina.
- Generación y exploración de nuevas actividades y espacios.
- Estímulo de los sentidos.

Foster (2002), presenta dos métodos que pueden ejemplificar lo métodos motivacionales, a saber:

Cierre los ojos y deje vagar su mente

”

(...) No hay nada más confortable que recostarse cómodamente en el asiento echado hacia atrás de un gran avión de pasajeros, con una copa de coñac a mano, cerrar los ojos y escuchar música a través de los auriculares. De vez en cuando puede mirar por la ventanilla la formación de nubes o mejor todavía la puesta de sol (...).

En esta clase de entorno, el trabajo del subconsciente puede ser muy eficaz, prepárese haciendo un repaso mental de los datos antes de ponerse a soñar despierto. Lea primero algunos documentos relativos a su caso. Revise mentalmente la situación en que se encuentra ahora, piense en dónde quiere estar y en el camino que le conduciría allí. Tenga a mano su bloc de notas o su dictáfono de bolsillo. Puede que los necesite (p. 61).

Controle su charla interior



Todo el tiempo que estamos despiertos, tenemos una voz interior que no para de hablar. Algunos la llaman sub-vocalización” y otros, “subtitulación”. Se trata de una corriente constante de juicios y comentarios que surgen del subconsciente (...) con harta frecuencia le dirá cosas que entorpecerán la búsqueda de una solución, plántese y hágala callar. La charla interior entorpece sobre todo la capacidad de escuchar (...) Su charla mental le arrastrará si no la contiene. Es preciso que retenga al máximo la formación posible de opiniones y juicios críticos, manténgala a tono y deje que participe, no como oponente (...) (p. 45-46).

Métodos entrenadores (desarrolladores de la capacidad creadora del individuo), ¿cuento con suficientes estrategias para desarrollar la creatividad?

Estos métodos pueden recurrir a la **mayéutica**, es decir al planteamiento de preguntas y/o a la analogía, de modelos por sustitución, para generar relaciones aparentemente absurdas entre dos elementos diferentes, para así estimular la forma de pensamiento lateral, pueden ser abiertos u orientados y usar en ocasiones el recurso de la lúdica; pueden estar o no inmersos en un contexto o uno aleatorio, aplicables de manera individual o grupal entre algunos de estos están:

- Esquema de los cinco interrogantes.
- Método porqué – porqué.
- Brainstorming o lluvia de ideas.
- Sinéctica.



Paradigma

Método pedagógico socrático que emplea la formulación de preguntas a un interrogante mayor, las cuales conllevan a la respuesta del mismo.

Se describen a continuación dos de los métodos de esta categoría:

Esquema de los cinco interrogantes



Figura 6. Cinco interrogantes
Fuente: Shutterstock/198098150

Es un método “que permite ir descubriendo, en forma sistemática, los aspectos más importantes del problema o situación que se desea resolver: ¿Qué?, ¿por qué?, ¿cuándo?, ¿cómo?, ¿dónde?, ¿quién?” (...) Así mismo el **método de porqué- porqué** trata de llegar a verdaderas razones o causas de un problema. Por ejemplo, si se tienen bajas ganancias, ¿por qué puede ocurrir esto? la respuesta puede ser: baja calidad del producto, bajo rendimiento del proceso o altos costos, y para cada una de estas posibles razones se vuelve a consultar el por qué (Schnarch, 2005, p. 177-179).

Sinéctica

Es un método que desarrolló William Gordon que generalmente se aplica a grupos; el cual se describe así:

” Consiste en una excursión a través de una cadena de analogías a partir de un problema. En las sesiones hay un experto que va a facilitar el que un problema dado (PD) sea entendido por el resto del grupo, pasando a ser un problema comprendido (PC). El moderador va a comenzar la sesión pidiendo a alguien una analogía directa (AD) de algo relativo al problema. A continuación, se les pide que personalicen algún elemento o fenómeno del problema es, es decir, que hagan una analogía personal (AP). Luego se les pide que teniendo en cuenta la analogía personal, en una breve frase describan de un modo abstracto el problema, analogía simbólica (AS) Esta es la analizada por el grupo porque suele llevar implícita un elemento indicativo de dónde puede estar o hacia dónde buscar la respuesta al problema original (Puente, 1999, p. 266-269).

Métodos focalizantes (promotores de la productividad creadora del individuo), ¿debo hallar una solución creativa a un problema específico?

Estos métodos se aplican una vez los individuos están motivados y prestos a la creatividad y por lo general se hayan enfocados en la resolución de un problema en particular, por lo cual se caracterizan por ser más procedimentales que abiertos y para ser utilizados en contextos organizacionales, generalmente en grupos y que van enlazados a efectos de la innovación:

- Mapas mentales.
- Diagrama de Ishikawa o Espina de Pescado.
- Análisis funcional de un bolsón.
- Análisis de fuerzas.
- Seis sombreros para pensar.

Describiendo algunos métodos focalizantes, están:

Mapas mentales

“Los mapas mentales estimulan el pensamiento y las acciones de naturaleza creativa, permiten una visión general de los problemas, facilitan el hallazgo de la mejor solución” (Montes y Montes, 2013, p. 49).

Ya que permiten visualizar un problema desde diferentes ópticas, materializándola en una pieza gráfica, toda la estructura informacional de un tema dado, como factores descriptivos del mismo, influencias, problemáticas, etc. Con esta herramienta se logra observar toda la panorámica de un tema dado y tener una visión global y periférica del mismo (Figura 7).

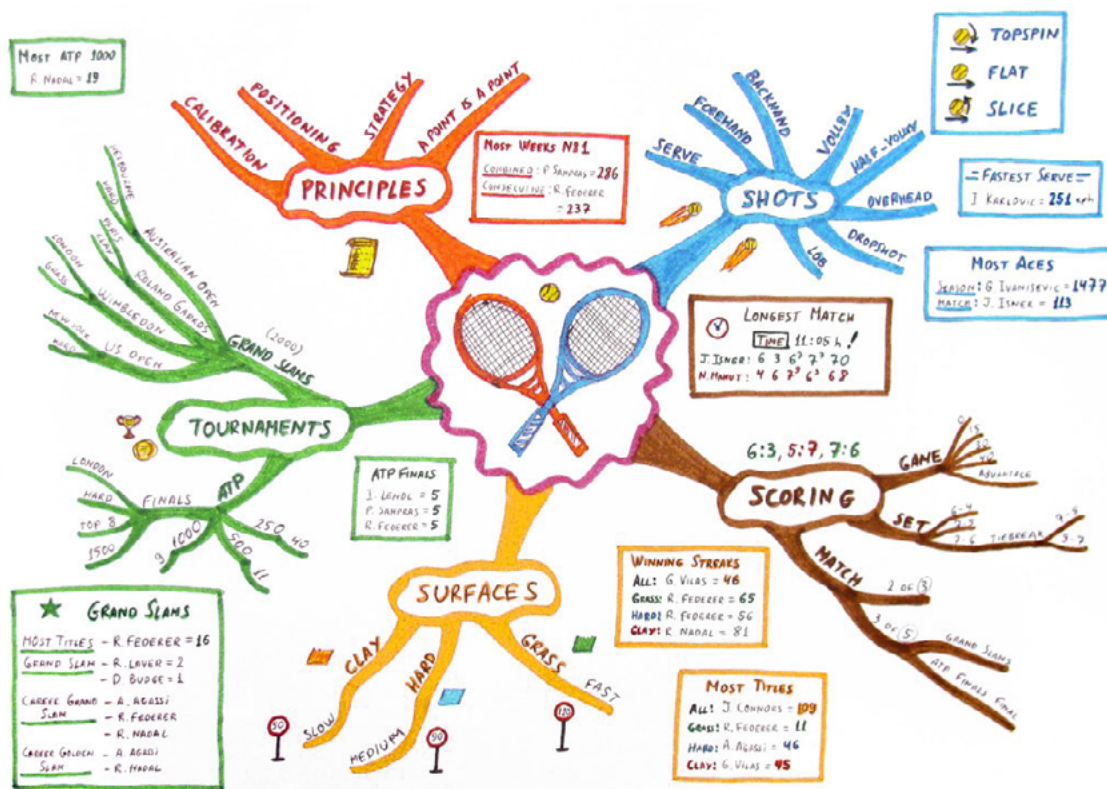


Figura 7. Ejemplo mapa mental

Fuente: De <http://mindmapping.bg> - <http://mindmapping.bg/mindmaps/examples/handmade/#!prettyPhoto>, CC BY-SA 2.5, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=27851268>

Diagrama de Ishikawa

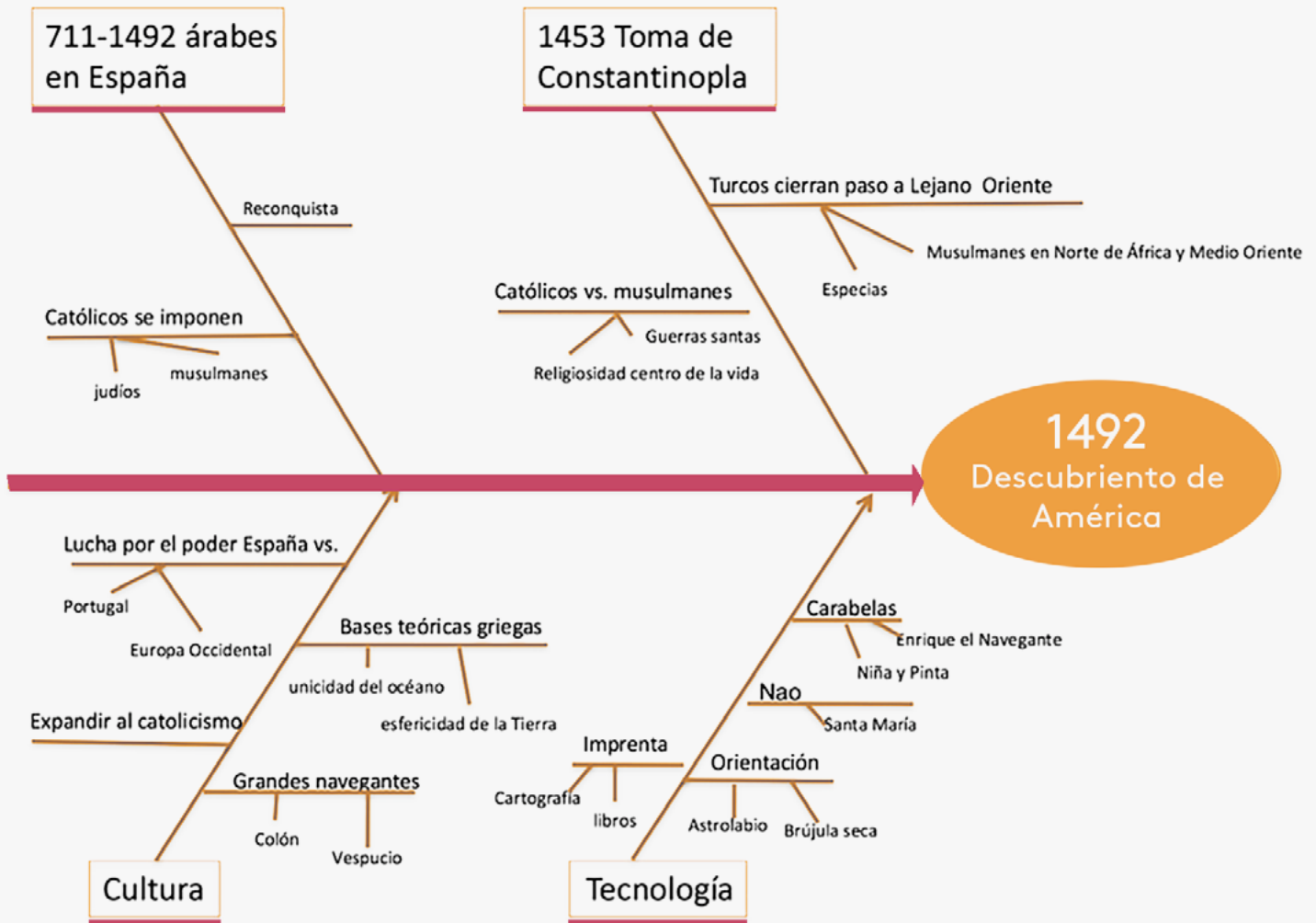


Figura 8. Ejemplo esquema diagrama de Ishikawa
Fuente: Silva (2016) <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=49831275>

Este método, en términos generales, plantea la visualización de las causas y efectos de un problema dado, para así poder llegar analizar la esencia del mismo (Figura 8).

CLASIFICACIÓN MÉTODOS PARA EL DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD

	TIPOS	PREGUNTA QUE RESPONDE	EJEMPLOS
CATEGORÍA	MOTIVADORES	¿Qué actitud tengo frente a la creatividad?	Rompimiento del paradigma, "yo no soy creativo". - Ubicar un espacio que se considere apto para la creatividad (no necesariamente tranquilo). - Cambiar la rutina. - Generación y exploración de nuevas actividades y espacios. - Estimulo de los sentidos.
	ENTRENADORES	¿Cuento con suficientes estrategias para desarrollar la creatividad?	Esquema de los cinco interrogantes. Método porqué – porqué. Brainstorming o lluvia de ideas. Sinéctica.
	FOCALIZANTES	¿Debo hallar una solución creativa a un problema específico?	Mapas mentales. Diagrama de Ishikawa o espina de pescado. Análisis funcional de un bolsón. Análisis de fuerzas. Seis sombreros para pensar.

Figura 9. Métodos para el desarrollo de la creatividad
Fuente: propia

Redefiniendo el concepto

Ya esbozados los aspectos de la creatividad (mitos, obstáculos, métodos) se propone una redefinición más completa de la misma, para complementar la inicialmente planteada en este eje y con la cual se invita de nuevo al estudiante a su reflexión y retroalimentación:



¡Importante!

CREATIVIDAD

Cualidad perfectible de todo ser humano que, por medio del empleo de procesos cognoscitivos de pensamiento divergente y convergente, sumado a métodos no tradicionales; potencian al individuo para hallar problemas, entenderlos y resolverlos, con los cuales más que tener un resultado preciso, se busca obtener diversidad de resultados novedosos y originales.

Ahora bien, hasta aquí solo se habló de métodos de la creatividad, no de innovación, términos que en ocasiones suelen entenderse como sinónimos, lo cual es errado, lo que si es cierto es que ambos conceptos se encuentran estrechamente ligados en una relación de dependencia unilateral y que su unión es la clave para el desarrollo exitoso de un individuo ya sea en el ámbito individual u organizacional, por lo cual esto y los métodos de la innovación, que anclados a los de creatividad conllevan al éxito, serán tema central del eje dos.

Finalmente se puede concluir que, aunque existen muchos métodos que si bien pueden estar clasificados en una u otra de las tres categorías definidas anteriormente y que se encuentran al servicio de quién desee mejorar su potencial creativo, lo importante es saber elegir el más idóneo al momento de empezar un ejercicio de esta índole, por lo que es importante preguntarse antes: ¿qué deseo o qué requiero puntualmente trabajar de mi creatividad?, reflexionar en: ¿qué actitud tengo frente a la creatividad?, o saber si: ¿cuento con suficientes estrategias para desarrollar la creatividad?, o ¿hasta dónde debo hallar una solución a un problema específico?, para de esta manera hacer el proceso de selección de un determinado método, de forma más consciente, a fin de obtener mejores resultados.

Chibás, F. (2012). *Creatividad + Dinámica de grupo = ¿eureka!* La Habana, Cuba: Pueblo y Educación.

De Bono, E. (1992). *El pensamiento creativo - El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas*. Barcelona, España: Paidós.

Esquivias, S. M. (2004). Creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones. *Revista Digital Universitaria UNAM*, 3-7.

Foster, T. (2002). *101 Métodos para generar ideas*. San Sebastián, España: Ediciones Deusto.

Fundación Privada para la Creativación. (2015). Recuperado de Fundación Privada para la Creativación: <http://www.fundaciocreativacio.org/es/blog/el-blog-creativador/definicion-de-creatividad-por-varios-autores/>

Gardner, H (1995). *Inteligencias múltiples - La teoría en la práctica*. Barcelona, España: Paidós.

Kirchner, A. E., y Schnarch, A. (2004). *Guía para el desarrollo de productos: un enfoque global*. Ciudad de México, México: Thomson Editores.

Montes, Z. G., y Montes G, L. (2013). *Mapas mentales paso a paso*. Ciudad de México, México: Alfaomega.

Ponti, F., X. (2008). *Pasión por innovar*. Bogotá, Colombia: Norma.

Puente F., A. (1999). *El cerebro creador - ¿Qué Hacer para que el Cerebro sea más Eficaz?* Madrid, España: Alianza Editorial.

Real Academia Española. *Diccionario de la Lengua Española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/>: <http://dle.rae.es/?id=BD3eZdM>

Schnarch, K., A (2005). *Desarrollo de nuevos productos - Cómo crear y lanzar con éxito nuevos productos y servicios al mercado*. Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.

Schnarch, K., A. (2008). *Creatividad aplicada*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.