

## TIEMPOS DE CRISIS (II)

### CREATIVIDAD

Del latín "*creare*" que significa engendrar, producir. Para la Real Academia es "*la facultad de crear*". Pero el concepto tiene implicancias científicas y filosóficas por lo cual puede interpretarse como "**el conjunto de técnicas y métodos que permiten y facilitan la producción de un concepto nuevo**" o "**la actitud o técnica de ofrecer soluciones nuevas a problemas complejos**".

En definitiva, la **creatividad** se mide por el resultado final de algo nuevo y diferente: una nueva idea, un nuevo producto, una nueva manera de hacer algo o una aplicación diferente de ideas o recursos ya existentes. Por ello, Charles G. Morris la define como "*la capacidad de generar ideas u objetos novedosos u originales que incluyen desde ideas filosóficas hasta cuadros, obras musicales y trampas para ratones*", lo que convalida lo dicho por Joachim Sikora: "*en ninguno de los campos científicos, hay ideas universalmente válidas*".

### PENSAMIENTO CREATIVO

Pero la **creatividad** es necesaria desde el momento que entendemos que las cosas se pueden hacer **mejor** o simplemente de un modo **más sencillo**. A la mayoría de las personas, el pensamiento creativo les resulta difícil porque es opuesto a los hábitos naturales de reconocimiento, juicio y crítica. El cerebro está diseñado como una "*máquina de reconocimiento*" para establecer pautas, usarlas y condenar todo lo que no encaje en esas pautas. A la mayoría de los pensadores les gusta estar seguros, les gusta tener la razón, apoyados en hechos anteriores, demostrables y lógicos. La **creatividad** implica **provocación, exploración y riesgo**. Implica "*experimentos de pensamiento*". No se puede predecir el resultado del experimento, pero uno quiere poder llevarlo a cabo.

No se puede pretender ser "*creativo per sé*". Sin embargo, bajo la intención de ser creativo, puede darse el tiempo y el "*foco*" para serlo. Si uno pasa más tiempo buscando alternativas, es probable que encuentre más. Muy a menudo las personas creativas solo son individuos comunes que pasan más tiempo intentando serlo porque la **creatividad** los motiva. Es difícil motivarse o motivar a alguien a ser creativo. Uno no puede ordenarse a sí mismo (o a otros) tener una idea nueva, pero sí puede ordenarse a uno mismo (o a otros) dedicar tiempo a intentarlo.

Quizás la pregunta que surja es **¿la creatividad es cuestión de habilidad, talento o personalidad?**

**La respuesta correcta es que puede ser las tres cosas.** Si no hacemos ningún esfuerzo para desarrollar la habilidad de crear, puede tratarse sólo de talento o personalidad. La gente común se inclina muy fácilmente a pensar que la **creatividad** es cuestión de talento o personalidad y como cree no contar con estos elementos, deja la **creatividad** en manos de otros. Hay que poner énfasis en el desarrollo deliberado de la habilidad de pensar creativamente. Obviamente, ciertas personas serán mejores que otras en el tema, así como las hay mejores en los deportes o la carpintería, aunque la mayoría puede alcanzar un nivel aceptable.

### EL VALOR DE LA CREATIVIDAD

Ahora bien; **creatividad** es capacidad para producir algo nuevo, pero ¿para todos o solamente para el creador?.

Pensando en ello, Mauro Rodriguez Estrada va más allá y la define como "*la capacidad de producir cosas nuevas y valiosas*".

Tomando en cuenta este concepto, se podría afirmar que existen tres niveles en el campo de la creatividad:

**1. Elemental o personal:** valiosa en lo afectivo para el sujeto creador; se presenta al reparar algo, solucionar un problema menor o doméstico, relatar un cuento a un niño para que se duerma o inventar un nuevo postre.

**2. Nivel medio:** o de resonancia laboral, valiosa para el medio social; la encontramos cuando las ideas pueden contribuir a la organización o empresa, con un producto, un sistema, un proceso, una solución o un método.

**3. Nivel superior:** cuando un individuo realiza o aporta algo diferente, novedoso o alternativo de gran valor para muchas personas, la sociedad o la humanidad entera.

Sea cual fuere el nivel, no cabe duda que la **creatividad** resulta fundamental para el progreso individual, profesional, organizacional y social. Lo que interesa en la faz empresarial es la **creatividad con cierto valor aplicable** y no solo la **originalidad** (un esquizofrénico puede ser muy original, pero sus ideas carecen de adaptación a la realidad); de modo que la persona creativa debe concebir ideas nuevas, únicas, diferentes y valiosas. A tal efecto debemos remitirnos a los dichos de Stein que considera que "**creatividad es el proceso que resulta de una obra nueva, que es aceptada por un grupo como valiosa, útil o satisfactoria, en algún punto del tiempo**".

## EL PROCESO CREATIVO

Las principales etapas son:

- **La necesidad o cuestionamiento.** Es percibir algo como problema y tener la fuerza motivadora para iniciar el proceso creador. Se dice que *quién no tiene preguntas no encuentra respuestas...*

Es importante la definición o identificación de los problemas ya que antes de resolverlos hay que tener la capacidad de identificarlos, es decir, formular preguntas que conduzcan a detectarlos y definirlos. Esta facultad es uno de los rasgos inconfundibles de la **conducta creativa**.

- **La preparación.** Una vez establecida la inquietud, se debe ir al campo de los hechos, para que la mente trabaje sobre asuntos más sólidos.

Ésta es una etapa de análisis en la que se clasifican los componentes del problema identificado, se observa qué información hace falta, cuáles son las barreras para conseguir esa información o para barajar problemas agregados y/o soluciones alternativas. Consiste no solo en saturarse de información sino también en percibir nuevas posibilidades.

Es un paso fundamental, ya que contrariamente a la creencia popular, las ideas creativas no provienen de la casualidad, ni nacen de manera espontánea, sino que emergen de un intenso periodo de preparación.

- **La incubación.** Es un periodo de reflexión sobre el problema, a veces consciente y otras inconsciente. Es una etapa de gestación de ideas que, según los psicólogos, se desarrolla más en el inconsciente, pero solamente posible si fue precedido por un trabajo anterior en el consciente.

- **La iluminación.** Corresponde al encuentro de soluciones. No proviene de la nada, sino que es producto de las etapas anteriores. Una de las iluminaciones más famosas es la atribuida a Arquímedes (siglo III a. C.) al expresar *¡EUREKA!* cuando en su bañera descubrió que su cuerpo desplazaba su propio volumen en el agua; pero en realidad se trataba del encuentro de la solución de un problema trabajado durante mucho tiempo, y no de una inspiración instantánea.

- **La verificación o elaboración.** Consiste en llevar la idea a la práctica; rara vez está suficientemente pulida y por lo general requiere cambios y/o modificaciones. Dice James W. Yougg que: "*en esta etapa hay que introducir la idea recién nacida en el mundo de la realidad y entonces descubrirá que no es la criatura tan maravillosa que parecía en el momento en que usted la dio a luz*". Se dice que Hemingway rescribió treinta veces la última página de su novela "*Adiós a las armas*" y que el guión de la película "*El submarino amarillo*" de los Beatles se escribió veintidós veces.