

Fundación para el Desarrollo Regional

Seminario sobre Creatividad:

“Cómo generar ideas nuevas para mi negocio?”

Lic. Sergio Aníbal Quiroga Morla

Agosto 2007

General Pico

Provincia de La Pampa



General Pico – La Pampa
“Fundación para el Desarrollo Regional”

**SEMINARIO SOBRE CREATIVIDAD:
“CÓMO GENERAR IDEAS NUEVAS PARA EL NEGOCIO”**

INDICE

PARTE I.

- 1- ¿Qué es la creatividad?
- 2- Conceptos y teorías.
- 3- Indicadores de la creatividad.
- 4- Inteligencia y creatividad.
- 5- La trampa de la inteligencia.
- 6- Síntesis.

PARTE II.

- 1- El cerebro humano.
 - 1.1. Mecanismos de información extragenética.
 - 1.2. El cerebro trino.
 - 1.3. Los hemisferios cerebrales.
 - 2- La mente como sistema elaborador de modelos.
 - 3- Bloqueos a la creatividad.
 - 3.1. Introducción.
 - 3.2. Los miedos.
 - 3.3. Tipos de Bloqueos.
 - 4- Técnicas y métodos creativos
 - 4.1. Brainstorming.
 - 4.2. Verbos Manipulador de Osborn.
 - 4.3. Sinéctica.
 - 4.4. Pensamiento lateral.
 - 4.5. Lista de control de preguntas.
- Bibliografía.



General Pico – La Pampa
“Fundación para el Desarrollo Regional”

SEMINARIO SOBRE CREATIVIDAD: “CÓMO GENERAR IDEAS NUEVAS PARA EL NEGOCIO”

PARTE I

1. ¿QUÉ ES LA CREATIVIDAD?

Generalmente se relaciona la palabra creatividad con una cualidad propia de pocas personas, y al acto creador con el arte o las expresiones artísticas.

Esto proviene de conceptos tales como las musas inspiradoras que se instalaban en el espíritu de los artistas dando como resultado productos creativos, siendo estos simples transmisores “elegidos” que actuaban como un nexo entre los dioses y los hombres.

Aproximadamente desde la década del sesenta los científicos de las ciencias humanísticas y la medicina comienzan a poner en tela de juicio la idea de un “don creador patrimonio de unos pocos”

A principios de la década del ochenta, las investigaciones de la medicina profundizan los estudios acerca de las relaciones neuronales (sinápsis) y la química cerebral.

La teoría de la Neurobiotaxis (1982) estudia la inteligencia desde un punto de vista neuropsicológico. Gracias a la plasticidad de las neuronas, allí donde se aplique un estímulo se dirigirán las fibras nerviosas provocando una nueva sinápsis.

Actualmente se reconoce que la estimulación conciente y voluntaria, a través de métodos y técnicas, facilitan la creación y apertura hacia nuevas soluciones e ideas, descartándose el mito de un “don creador”.

Se entiende, entonces, la creatividad como una capacidad latente en los individuos susceptible de ser aprendida, entrenada y aplicada a todos los campos del conocimiento humano.

2. CONCEPTOS Y TEORÍAS

La bibliografía existente proporciona numerosas definiciones y teorías acerca de la creatividad. Se presentan a continuación algunas de ellas:

De las contribuciones más significativas de la psicología, se debe dar relieve especial a la posición de Carl Rogers quien atribuye la creatividad a “la tendencia del hombre a realizarse a sí mismo, a hacer realidad en sí mismo todas sus posibilidades”¹.

También debe considerarse la formulación de Freud quien sustentaba la tesis de la “catarsis creadora” y afirmaba que la creatividad se origina en un conflicto inconsciente, y que la persona creadora y la neurótica actúan impelidas por la misma fuerza, difiriendo apenas la canalización de esa energía del inconsciente. La persona creadora usa y acepta las ideas que surgen libremente y las producciones de su inconsciente.

Entre otros Mac Kinon² opina que la creatividad abarca al menos tres condiciones:

- Debe implicar una **respuesta** o idea nueva, o poco frecuente.
- Que esté **adaptada a la realidad** o que la modifique.
- Que **permita resolver un problema**, reflejar una situación o bien aportar en la solución de algo definido.

Torrance³ expresa que “la creatividad es un proceso que vuelve a alguien sensible a los problemas, deficiencias, grietas o lagunas en los

¹ ROGERS, Carl. “El Proceso de Convertirse en Persona”. PAIDOS. México 1988.

² . MC KINNON, D “The Nature and Nurture of creative talent”. en American Psychologist. Fasc. 17 1962.

³ . Citado por NOVEDADES, M. H. “Psicología de la Actitud Creadora”. KAPELUZ 1971.



General Pico – La Pampa
“Fundación para el Desarrollo Regional”

SEMINARIO SOBRE CREATIVIDAD: “CÓMO GENERAR IDEAS NUEVAS PARA EL NEGOCIO”

conocimientos, y lo lleva a identificar dificultades, buscar soluciones, hacer especulaciones o formular hipótesis, aprobar y comprobar esas hipótesis, a modificarlas si es necesario, y a comunicar los resultados.”

Guilford⁴, se refiere a las aptitudes que son características de los individuos creadores, fluidez, flexibilidad, y originalidad.

Taylor, luego de examinar decenas de definiciones, determinó que para comprender las mejor es necesario distinguir cinco niveles de creatividad, o sea cinco formas de manifestación de la conducta creadora.

Nivel expresivo.

Se relaciona con el descubrimiento de nuevas formas para expresar sentimientos.

Nivel productivo.

Se incrementa la técnica de ejecución, y existe mayor preocupación por el número que por la forma y el contenido.

Nivel inventivo.

En él se encuentra una mayor dosis de invención y capacidad para descubrir nuevas realidades.

Nivel innovador.

Se modifican los sistemas básicos al cual pertenece el objeto creado, en él, interviene la originalidad, es el nivel que diferencia al artista del mero hacedor de arte.

Nivel emergente.

Es el máximo poder creador, y se da con menor frecuencia, presupone la creación de principios nuevos y no solo la modificación de los antiguos. Es lo que define al talento y al genio.

Para el Dr. Guerrero creatividad es “la capacidad humana para innovar, lo cual significa generar ideas y esquemas, hechos y materiales, que resulten novedosos y significativos”.⁵

Finalmente, se recoge el concepto de Gustavo Grosman quien sostiene: “en el mundo de hoy la creatividad es el descubrimiento de una solución que puede ser hecha a medida en forma circunstancial”.⁶

3. INTELIGENCIA Y CREATIVIDAD

A través de la realización de tests, Getzels y Jackson establecen diferencias básicas entre el individuo creativo y el inteligente.

Realizados los tests para establecer creatividad e inteligencia en un grupo de niños, pudo subdividirse al mismo en cuatro sub-grupos:

- * Creativos e inteligentes
- * Creativos poco inteligentes.
- * Inteligentes poco creativos
- * Poco inteligentes poco creativos.

El grupo 1 se destaca en lo social y en lo escolar. El grupo 2 se encuentra en mayor desventaja. Los creativos poco inteligentes tienen escasa seguridad y confianza en sí mismos. Son solitarios y no atractivos a los otros niños. Son demasiado autocríticos, temen al sexo opuesto y no tienen una buena atención.

Los chicos de grupo 4 son más sociables y más seguros de sí mismos que los anteriores. En cuanto a los del grupo 3 (inteligentes poco creativos) son buscados por los otros chicos, pero no buscan compañía. Tienen una buena atención y concentración, y están orientados hacia el éxito, son distantes y moderados.

Estos resultados de los tests nos hacen considerar la necesidad de tener en cuenta el estudio de la creatividad e inteligencia en forma conjunta.

En los grupos 1 y 2, cuya característica común es la de ser creativos, la cantidad de

4. GUILFORD, J. P. “Kreativität”. Colonia 1973 citado por SIKORA, J.

5. GERRERO, Ariel H “Curso de Creatividad”. De. EL ATENEO. Bs. As.1988

6. GROSMAN, Gustavo L. “Permiso, Yo soy Creatividad”. De. MACCHI. Bs. As.1988.



General Pico – La Pampa
“Fundación para el Desarrollo Regional”

SEMINARIO SOBRE CREATIVIDAD: “CÓMO GENERAR IDEAS NUEVAS PARA EL NEGOCIO”

ansiedad al realizar los tests fue media. Los inteligentes poco creativos presentaron una ansiedad baja, mientras que el grupo 4 mostró un alto grado de ansiedad. Por lo tanto la **condición ideal para la creatividad incluiría una cierta ansiedad, aunque no mayor de cierto límite.**

Finalmente, se notó en los niños creativos una mayor independencia frente a las influencias del entorno. También pudo detectarse en ellos la propensión a reaccionar frente al entorno de manera emocional.

4. LA TRAMPA DE LA INTELIGENCIA.

Si UD. es inteligente tal vez pueda argumentar racionalmente que todo lo que digo aquí, no es verdad o no tiene sentido, sin embargo, eso no cambia nada si UD. niega mis afirmaciones desde su pensamiento. Es decir UD. no ha agregado nada a su forma de pensar, no ha descubierto nada nuevo.

Ahora, bien si UD. investiga y explora mis pensamientos desde mi punto de vista, es posible que halle algo nuevo o que reafirme el suyo desde mi punto de vista, y entonces habrá aprendido algo nuevo.

DE:

“SOY INTELIGENTE” o “NO SOY INTELIGENTE”

A:

“SOY UNA PERSONA QUE PIENSA”

3. niveles:

“soy una persona que piensa”

“Puedo escuchar a otro”

“Puedo conectarme con un pensamiento superior”

El self de un pensador no siempre tiene que ser “bueno” debe ser “sano”.

6. SINTESIS.

Formular una definición resulta poco creativo y limitaría este concepto que abarca diferentes campos: *innovación, resolución de problemas y desarrollo personal.*

El autor considera a la creatividad, en una línea típicamente humanística, como *una actitud del individuo* que lo lleva a potenciar sus posibilidades a partir de:

- el uso conjunto y eficaz de ambos hemisferios cerebrales,
- una actitud positiva frente a los problemas e incertidumbre
- y una permanente “apertura” hacia nuevos descubrimientos.

Se estima conveniente que cada individuo, a partir de la lectura de este material elabore su propia SINTESIS en un intento de descubrir su propia concepción de la capacidad creativa.

5. EL CEREBRO HUMANO.

Lejos de pretender explicar el funcionamiento del cerebro humano se exponen algunas teorías acerca del mismo.

Tal vez, el hombre todavía este muy distante de comprender su propio potencial. Sin embargo, estas ideas pueden brindar una visión más amplia del fenómeno.

5.1 MECANISMO DE INFORMACIÓN EXTRAGENÉTICA

Es sorprendente el vasto período de tiempo en el que el niño permanece bajo la dependencia de adultos, y su gran plasticidad, su capacidad de adaptación. Nuestro cerebro



General Pico – La Pampa
“Fundación para el Desarrollo Regional”

SEMINARIO SOBRE CREATIVIDAD: “CÓMO GENERAR IDEAS NUEVAS PARA EL NEGOCIO”

ofrece muchísimas oportunidades de establecer nuevos modelos de conducta en poco tiempo.

En el ADN se encuentra el material genético de todos los seres vivos, que éstos transmiten de generación en generación. La cadena de ADN supone un formidable acopio de datos.

El medio por el cual se produce la evolución son las mutaciones. Las mutaciones son los cambios que se producen en forma accidental en las instrucciones hereditarias del ADN. De ésta forma se ha ido aumentando la complejidad de la información que poseen los seres vivientes.

La mayoría de las mutaciones son perjudiciales. Una mariposa con determinada pigmentación puede pasar desapercibida entre las plantas. Si la pigmentación cambia en forma fortuita, son distinguidas con facilidad por sus enemigos, los pájaros. En contadas ocasiones se produce alguna mutación beneficiosa, que permite al organismo encontrarse mejor adaptado al medio que antes de producirse la misma.

Pero este sistema de almacenaje y modificación de la información en las moléculas de ADN no fue suficientemente rápido para afrontar los rapidísimos procesos de transformación que soportaban los seres más complejos.

La evolución produjo entonces un nuevo mecanismo de acopio de datos EXTRAGENÉTICO: *El Cerebro* “Gran parte de la historia de la vida puede ser descrita como el progresivo dominio del cerebro sobre los genes”

El cerebro tiene aproximadamente diez mil millones de elementos conmutadores llamados neuronas. De acuerdo a la cantidad de SINAPSIS, o puntos de contacto entre las neuronas, el cerebro podría contener diez billones de BITS, o unidades de información. “Esta cifra colosal explicaría de algún modo la imposibilidad de predecir la conducta humana:

existe un ingente número de configuraciones mentales no experimentadas”

Experimentos realizados con ratas demostraron que *un medio estimulante aumentaba la masa cerebral y la química del cerebro* de los roedores. La teoría sugerida a partir de éste experimento implicaría que *el aprendizaje supone una formación de sinapsis casi extintas.*

5.2. EL CEREBRO TRINO.

Según la teoría del científico Paul Mc Lean, el cerebro equivale a tres computadores biológicos interconectados. Cada cerebro correspondería a una etapa evolutiva de trascendental importancia. “Al término de cada fase de la evolución perviven las antiguas divisiones cerebrales, pero deben adecuarse al cambio, y además, se ha unido a ellas una nueva capa dotada de nuevas funciones.”

La parte más primitiva del cerebro alberga los mecanismos neurales básicos (reproducción, autoconservación, ritmo cardíaco, circulación de la sangre y respiración). Mc Lean la llama “el complejo reptilicio o *COMPLEJO R*... Rodeando este se encuentra el *SISTEMA LIMBICO*, y finalmente el *NEOCORTEX*, la parte más moderna del cerebro.

El *COMPLEJO R* desempeña un papel importante en la conducta agresiva, ritual, jerárquica y territorial.

En el *SISTEMA LIMBICO* se gestan las emociones intensas, las alteraciones del ánimo, los estados mentales y los sentimientos de miedo, irritación, emotividad, ansiedad y el grado de atención. También se descubrió que en el *SISTEMA LIMBICO* se encuentra la capacidad de percibir olores, la capacidad de evicción y retención del pasado, el apetito sexual y la sensibilidad al dolor.

En el *NEOCORTEX* se distinguen cuatro regiones o lóbulos: frontal, parietal, temporal y occipital.



General Pico – La Pampa
“Fundación para el Desarrollo Regional”

SEMINARIO SOBRE CREATIVIDAD: “CÓMO GENERAR IDEAS NUEVAS PARA EL NEGOCIO”

Los lóbulos frontales están relacionados con la reflexión y la regulación de la acción. Regulan el sentido de anticipación del futuro y por lo tanto, de la inquietud, el ansia y la desazón. Pero necesitamos, a pesar de las molestias que nos producen, de estos componentes fatalistas para sobrevivir. Haciendo pronósticos podemos adoptar medidas para evitar que se produzca lo no deseado.

La información visual se asienta en el lóbulo occipital. Las impresiones auditivas quedan localizadas en la capa superior del lóbulo temporal.

Al parecer, el lóbulo parietal interviene en todo lo relacionado con el lenguaje simbólico del hombre (lectura, escritura, matemática).

5.3. - LOS HEMISFERIOS CEREBRALES

La parte superior del cerebro está dividida en dos hemisferios unidos por un haz de fibras nerviosas, llamado *Cuerpo Calloso* que los comunica.

Las funciones “racionales” se localizan en el hemisferio izquierdo, mientras que las funciones “intuitivas” en el derecho.

Asimismo el hemisferio derecho controla toda la zona izquierda del cuerpo (ojo, oído, y miembros del lado izquierdo) y viceversa, salvo en el sentido del olfato.

Cada hemisferio está especializado para determinadas actividades, por ejemplo, *el lado izquierdo se ocupa del lenguaje mientras que el derecho tiene competencia en el aspecto visual y geométrico.*

Las facultades musicales y artísticas son patrimonio del hemisferio derecho mientras que la aritmética y el razonamiento analítico es controlado por el hemisferio izquierdo.

No obstante, el cuerpo calloso mantiene ambos hemisferios en una completa comunicación. Cuando recordamos el rostro de alguien (utilizando el hemisferio derecho), la información pasa a través del cuerpo calloso hacia el otro hemisferio, donde tenemos almacenado el nombre de esa persona.

La enorme importancia del aspecto verbal en el hombre, regulado por el hemisferio izquierdo, ha empañado el conocimiento y exploración del hemisferio derecho, donde se localiza el pensamiento intuitivo, que seguramente constituyó un importantísimo instrumento de percepción externa para nuestros antepasados.

Debido al contenido simbólico y visual del hemisferio derecho, es posible que éste funcione durante el sueño gracias a que el otro hemisferio permanece “desactivado”. *“Los actos creativos son obra del hemisferio derecho y no del izquierdo”*

“Es imposible determinar si las configuraciones detectadas por el hemisferio derecho son reales o imaginarias sin someterlas al escrutinio del hemisferio izquierdo. Por otro lado, el pensamiento meramente crítico, sin la búsqueda de nuevas pautas, es completamente estéril y está condenado al fracaso.”

Al decir de CARL SAGAN, “...se precisa la actividad conjunta de ambos hemisferios. La senda hacia el futuro pasa por el cuerpo calloso.”

6. LA MENTE COMO SISTEMA ELABORADOR DE MODELOS.

La comunicación por códigos requiere la existencia de una ordenación de la información en modelos concretos y definidos.

El idioma mismo es evidentemente un sistema de código, en que cada palabra actúa como un impulso iniciador. Las ventajas de un sistema de códigos son inmensas. Con rapidez y



General Pico – La Pampa
“Fundación para el Desarrollo Regional”

SEMINARIO SOBRE CREATIVIDAD: “CÓMO GENERAR IDEAS NUEVAS PARA EL NEGOCIO”

facilidad puede comunicarse cualquier cantidad de información.

La comunicación por medio de códigos requiere la composición de modelos en los que se aloja la información, los cuales pueden identificarse por su título o por una parte de su contenido.

La mente es un sistema elaborador de modelos de información. Se crean modelos para su ulterior identificación y uso.

Para permitir una comunicación eficaz no es tan importante que los modelos posean una configuración correcta, como que sean de fácil identificación y uso. Es obvio que *todos los modelos, más que simple reflejo de realidades externas, constituyen una reacción de la mente a tales realidades*, siendo por consiguiente creaciones artificiales contrapuestas a la realidad, sean análogas o incluso opuestas.

La mente humana no se basa en un proceso de ordenación de la información, sino que ésta es incorporada automáticamente a los modelos ya establecidos o bien forma nuevos modelos. La mente es simplemente el medio en que dicha incorporación tiene lugar. Se puede llamar a este medio receptor la superficie de la memoria.

Los modelos de información que se estructuran en la mente dependen de la naturaleza de los datos y de la secuencia de su incidencia. La mente proporciona un medio ambiente para la autoorganización de la información en modelos definidos.

Característica fundamental de un sistema de memoria de organización automática de la información lo constituye el límite de su capacidad receptora.

A causa de la mecánica de esta limitación local de la superficie, sólo parte de la misma es susceptible de ser activada en cada momento, y el desarrollo de la impresión está en función de las impresiones anteriores que ya han

configurado la superficie de memoria, en este caso de la mente humana.

La necesidad de reestructuración de los modelos en una fase dada para permitir la inclusión de un nuevo elemento es una característica del sistema de optimización que constituye la mente.

Llega un momento en que no es posible continuar admitiendo información si no se reestructura el modelo en cuestión, hay que modificar el modelo antiguo, no obstante su demostrada efectividad, y proceder a una nueva ordenación.

La desventaja que caracteriza este sistema de optimización típica de la mente que la secuencia de incorporación de los datos determina la forma que ha de adoptar el modelo.

Si se recurre a una reestructuración de los modelos, se contrarresta el factor restrictivo implícito en la incorporación secuencial de la información. *Esta reestructuración, que constituye la visión perspicaz interna de una situación o problema, es el objetivo y la función del pensamiento lateral.* El humor o ingenio y la perspicacia son resultado directo de esta posibilidad de reestructuración.

7. BLOQUEOS A LA CREATIVIDAD.

7.1. INTRODUCCION

Generalmente se trata el tema de bloqueos haciendo una división a los fines didácticos que comprende tres posibles orígenes: a. de uno mismo; b. del medio socio-cultural y c. del ambiente inmediato de cada individuo. En este trabajo se enumeran algunos bloqueos a la creatividad sin clasificarlos taxativamente.

Si bien hay bloqueos que se repiten en todas las personas, cada una, de acuerdo a sus



General Pico – La Pampa
“Fundación para el Desarrollo Regional”

SEMINARIO SOBRE CREATIVIDAD: “CÓMO GENERAR IDEAS NUEVAS PARA EL NEGOCIO”

características, profundiza más un bloqueo que otro. Hay quienes poseen una alta autoestima pero sucumben ante los prejuicios sociales, otros más desprejuiciados e imaginativos coartan su potencial creativo al no poder exteriorizar o plasmar sus ideas en productos originales.

En definitiva, **cada uno debe ser un investigador de sus miedos**, explorar cuáles son sus “propias” trabas a una forma de pensar más positiva y eficiente. ***Sean cuales fueren las limitaciones con que se cuenta, siempre es posible mejorar la situación actual.***

A continuación se detallan algunos de los principales bloqueos.

7.2. LOS MIEDOS

Sería ilusorio tratar de explicar el origen del **miedo**; tal vez sea más provechoso conocer las formas en que se manifiesta y las consecuencias que acarrea.

Hay quienes hablan de **evitar los miedos**, sin embargo muchas veces éstos actúan como un motor que impulsa a la acción. El miedo a no ocupar un lugar reconocido en la sociedad lleva al estudiante universitario a esforzarse por obtener un título. Así también, el miedo de la madre que la impulsa a trabajar incansablemente para darle la oportunidad a su hijo de estudiar.

Otros afirman que es imposible evitar los miedos e impulsan a reconocerlos y a convivir con ellos.

Sea cual fuere el enfoque que se considere, lo importante es reconocer si el miedo es un limitante o no, para cada uno. En este sentido podemos diferenciar miedos que paralizan y miedos que movilizan.

a. Miedo al error o al ridículo

Tradicionalmente el error es considerado como un valor negativo, de ahí la tendencia a evitarlo. Muchas veces esto **limita**, en tanto se dejan de hacer muchas cosas por

temor a fracasar. Asumiéndose una actitud conservadora.

La conciencia que se tiene de los demás (lo que piensan los demás sobre nosotros) pesa más que la propia firmeza. Generalmente se va desarrollando la personalidad en función de lo que piensan los otros por temor al ridículo.

Así, al entrever la posibilidad de fracaso o riesgo de que su consideración decaiga, el individuo se retrae sobre sí mismo.

Es necesario tener una actitud de aprendizaje constante y reconocer que se puede aprender de los errores.

“Si me estoy equivocando es señal de que estoy haciendo algo”

“¿Qué es peor, parecer un tonto ante los demás o serlo para uno mismo?”

b. Miedo a la autoridad

La autoridad es algo que “nos supera” de alguna manera, y esto muchas veces limita.

Es posible sentir este sentimiento hacia una persona, una institución, un cargo, la palabra escrita en un libro, una figura abstracta etc...

El bloqueo se da cuando se atribuye a esa figura un valor superior al de la propia convicción y esto impide **dudar**.

Dudar significa darse la oportunidad de analizar, **uno mismo**, lo que está recibiendo.

No todas las ideas del jefe deben ser mejores que las mías, no todo lo que opina un especialista es mejor que mi opinión.

c. Miedo a ser rechazados

Es conocida en algunas ciencias como la Filosofía y la Antropología la discusión acerca de si **el hombre es un ser social**, o si puede desenvolverse solo. Tal vez en esta discusión



General Pico – La Pampa
“Fundación para el Desarrollo Regional”

SEMINARIO SOBRE CREATIVIDAD: “CÓMO GENERAR IDEAS NUEVAS PARA EL NEGOCIO”

han surgido personajes como Robinson Crusoe y Tarzán. De todos modos no es objeto de este Seminario dilucidar esta incógnita.

La realidad es que el hombre vive en sociedad y ésta le impone una serie de normas, valores, creencias, que en el proceso de aculturación se transmiten de una generación a otra.

Este proceso si bien es enriquecedor puede ser limitante. La no aceptación de los modelos reconocidos por la mayoría implican marginación, desprotección y discriminación. El individuo paga un costo muy alto por no ser rechazado: su individualidad. Generalmente entregamos el poder de decisión de varios aspectos de la vida personal en manos de instituciones, creencias o personas.

No se desconoce la importancia de la tradición de una sociedad, se pone énfasis en la individualidad (no individualismo) que se hace participativa en la medida que las pautas sociales son conocidas, aceptadas y adquiridas con convicción y por un acto consciente y voluntario. Los valores culturales enriquecen cuando no es un mero adherir sino cuando se reconoce también el valor de las normas y cuando se da la oportunidad de ponerlas en tela de juicio.

La trama social ofrece la ventaja de la seguridad: “se sabe lo que hay que hacer y dejar de hacer”...”Quien se aparta de los patrones de comportamiento tradicionales provoca, en cambio, inseguridad en su ambiente., El conformismo es premiado, el no conformismo (fuera de unas pocas excepciones) es sancionado negativamente. Por otra parte, con mucha frecuencia y muy rápidamente se presenta la inadmisibile equiparación diferente = anormal”.

7.3 BLOQUEOS PERCEPTIVOS

- ILUSIONES GEOMÉTRICO-ÓPTICAS
- SUJECIÓN FUNCIONAL

Cuando se habló de la mente como elaboradora de modelos se hizo referencia a la formación de modelos que impedían una reestructuración automática de la información de entrada.

Las funciones que convencionalmente se le atribuyen a cada cosa son en sí un modelo. Esto impide que en determinadas situaciones dejemos de utilizar una cosa con la que solucionaríamos un problema si solamente le hiciéramos cumplir una función distinta a la que corrientemente utilizamos.

Ejemplo: Unir los extremos de dos cuerdas que cuelgan desde el techo.
Otro ejemplo

7.4. FIJACIÓN-MECANIZACIÓN

Al decir de Osborn, el hábito dificulta la resolución de problemas.

Bloqueos perceptivos y mentales

Este tipo de bloqueos es muy pernicioso porque cierran el camino de acceso al problema, impidiendo verlo en todas sus dimensiones. Es frecuente ver como determinadas personas se recriminan por no haber interpretado lo que se les pedía cuando, en el fondo, era tan fácil.

Nuestros desvíos y prejuicios nos colorean de una forma determinada los planeamientos y buscamos salidas inadecuadas a los problemas.

“Los bloqueos emocionales son de muy difícil diagnóstico: miedo a hacer el ridículo en nuestro trabajo de taller, que nos vean como payasos, miedo a equivocarnos, sin lugar a dudas fruto de una importante autocritica tan característica en nuestro carácter rioplatense.



General Pico – La Pampa
“Fundación para el Desarrollo Regional”

SEMINARIO SOBRE CREATIVIDAD: “CÓMO GENERAR IDEAS NUEVAS PARA EL NEGOCIO”

Bloqueos perceptivos: vemos, percibimos, olemos el mundo que nos ha sido descrito, el ser creativo percibe sin trabas, “se da cuenta” de lo que los demás no registran, podríamos decir que el individuo creativo dispone de una óptica, de una lectura más libre, menos condicionada “. (Dr.)

Dificultad de aislar el problema

Al redactar un escrito, por ejemplo, damos vuelta a la misma frase, buscamos salida durante varios minutos en una misma dirección, cuando hubiera resultados más fácil romper con ella y buscar en otro sentido.

Bloqueos por limitación al problema

Este bloqueo viene determinado por prestar escasa atención al ámbito que rodea al problema, cuando éste ofrece muy pocas posibilidades por sí mismo. Queremos mantener los términos dados, cuando es más fácil replantearlos en forma distinta.

Dificultad para percibir relaciones remotas

En el fondo se trata de la capacidad de formar y transferir conceptos. Quien tiene este tipo de bloqueos perceptivos, porque no llega a establecer conexiones entre los elementos del problema, estará fuertemente condicionado al pensamiento creativo.

Dar por bueno lo obvio

En nuestro lenguaje coloquial damos por ciertas cosas que, a decir de E. Bono, no lo son. Aceptamos la verdad de lo aparente sin dudar siquiera de ello.

Rigidez perceptiva

Esta rigidez puede ser asimismo de pensamiento, cuando uno se obstina en una línea de pensamiento o ideación, llegando a producir un gran número de respuestas seriadas

y paralelas, pertenecientes todas ellas a una misma categoría.

7.5 BLOQUEOS EMOCIONALES O PSICOLÓGICOS

Inseguridad psicológica:

Uno de los principales bloqueos que inhiben la manifestación creativa es la inseguridad en uno mismo.

El sentimiento de dependencia y del que dirán, coarta la libre expresión.

Temor a equivocarse a hacer el ridículo.

La conciencia que tenemos de los demás -lo que piensan los demás sobre nosotros- pesa más que nuestra firmeza. Hemos ido desarrollando nuestra personalidad en función de lo que piensan los otros.

Así, al entrever la posibilidad de fracaso o riesgo de que nuestra consideración decaiga, nos retraemos sobre nosotros mismos. (cuento de Andersen: el emperador desnudo)

Aferrarse a las primeras ideas recibidas

Las primeras ideas que nos vienen en un campo nuevo, del que nuestra mente está virgen, y contra las que no tenemos prejuicios, suelen recibirse como punto de referencia. Las que vengan después, serán contrastadas con las que ya tenemos, teniendo que sufrir la “crítica” de las primeras. El bloqueo no está en esto, sino en aferrarse a las ideas primeras como las realmente buenas. **El sujeto puede dejar de seguir buscando, porque ya cree haber encontrado lo que pretendía.**

Deseo de triunfar rápidamente

El afán de conseguir el éxito con rapidez es un acicate para mantenerse en la brecha.

Otros motivos de bloqueos



General Pico – La Pampa
“Fundación para el Desarrollo Regional”

SEMINARIO SOBRE CREATIVIDAD: “CÓMO GENERAR IDEAS NUEVAS PARA EL NEGOCIO”

Son la falta de impulso y constancia para llevar hasta el final la labor comenzada. (la falta de paz interior, los sentimientos de inferioridad).

BLOQUEOS SOCIOCULTURALES

La cultura es fuente de riqueza, sin embargo también puede ser de estatismo.

Condicionamiento de pautas de conducta

Los patterns o modelos estimados socialmente, desestimando y desvalorizando otros. **La sociedad por su parte, presiona hacia el conformismo y aceptación de tales pautas de “normalidad”.**

El ambiente conocido y las condiciones repetidas nos relajan. Lo desconocido sobrecoge, inquieta, inhibe, a quien no tiene en sí, el dinamismo para superarlo. (hacer de cada momento una experiencia inédita).

Sobrevaloración social de la inteligencia

La sociedad sobrevalora el razonamiento lógico y la retención de conocimientos por encima de la divergencia y del poder imaginativo, bloqueando la creatividad.

Orientación hacia el éxito

No es que sea negativo el hecho de querer triunfar, sino el centrarlo como objetivo primordial. (ganador-perdedor y ganador-no ganador siempre se gana (éxitos y fracasos = vida)

Torrance ha captado y subrayado este hecho al afirmar:

“La orientación hacia el éxito, cuando se le recalca demasiado, va en detrimento del

crecimiento creativo, porque el aprendizaje de la creatividad supone experimentar, correr riesgos, tener errores y corregirlos”.

Excesiva importancia al rol de los sexos

Nuestra cultura ha polarizado una vez más, dos rasgos que resultan fundamentales para la comprensión de la creatividad: sensibilidad e independencia. En tanto que atribuye al primero a la mujer -como cualidad femenina-, considera la independencia como valor masculino. Por qué no desarrollar por igual la sensibilidad a lo artístico en el hombre, y la libertad y los valores científicos en la mujer?

Otros bloqueos socioculturales

La exigencia social de ser prácticos y económicos.

Cerramos una puerta a la “espontaneidad inquisidora”. Quien pregunta demasiado, suele ser tenido como entrometido, en el mejor de los casos “pesado”.

Damos más valor a las autoridades y a las estadísticas que a las nuevas propuestas. Nuevamente **descubrimos nuestro espíritu más inclinado hacia la seguridad que a la novedad.**

La fe en nuestra razón y lógica, más que en nuestro **instinto o presentimiento.**

La premonición emocional es considerada de categoría muy inferior a lo que dictamina la fría razón. La sensibilidad emocional es postergada al razonamiento.

La poca estima social que se tiene del fantasear.

La publicidad con sus slogans, contribuye a difundir la actitud cautelosa hacia el hecho de asumir riesgos: “juegue seguro”. “Se le ofrecen garantías” (texto de Rajnehss sobre la vida y la inseguridad).



General Pico – La Pampa
“Fundación para el Desarrollo Regional”

SEMINARIO SOBRE CREATIVIDAD: “CÓMO GENERAR IDEAS NUEVAS PARA EL NEGOCIO”

Obstáculos en el ámbito laboral

Presiones al conformismo.

La actitud autoritaria.

Ridiculización de los intentos creativos (el arma de la ironía y del ridículo es mordaz y contundente para cortar cualquier brote que no esté en la línea que encuadra en el “sistema”).

Excesiva exigencia de objetividad. (El afán de verdad mata el anhelo de búsqueda)

Excesiva preocupación por el éxito.

La hostilidad hacia respuestas o comportamientos distintos a los del grupo.

Cuando utilizamos la palabra **juego**, no estamos refiriéndonos a **juego con reglas** - deportes, dramatizaciones, dibujos- ni al jugueteo infantil, sino a una **disposición hacia las cosas y las ideas, expresadas de forma libre y seria**. El juego invita a la relajación.

“Bloqueos culturales: normas sociales que nos hace ver y pensar y quizá la más notable es la óptica de nuestra profesión o trabajo o vicio profesional.” (Dr.)

Ejemplo de bloqueos emocionales

- Miedo a cometer errores
- Necesidad de encontrar una solución con la mayor rapidez.
- Exagerado afán de seguridad.
 - Desconfianza en la propia capacidad creativa.

Ejemplo de bloqueos culturales

- Inercia práctico-económica (Por lo menos no gasto)
- No es educado ser curioso
- Competencia vs. cooperación. (Ideas asesinas)
- Generalizaciones excesivas.
- Demasiada fe en la razón y/o la lógica.
- Demasiados o muy pocos conocimientos.

- Prohibirse fantasías
- Tendencia al éxito
- Dicotomía trabajo-juego (Donde se trabaja no se juega)

MIEDO

Muchos son los factores que coartan nuestro potencial creativo. Si bien hay bloqueos que se repiten en todas las personas, cada uno de acuerdo a sus características, profundiza más un bloqueo que otro. Hay quienes poseen una alta autoestima pero sucumben ante los prejuicios sociales. Otros mas desprejuiciados temen a la autoridad o son imaginativos pero no pueden exteriorizar sus ideas.

En definitiva, cada uno debe ser un investigador de sus miedos, explorar cuales son sus “propias” trabas a una forma de pensar más positiva y eficiente. Sean cuales fueren las limitaciones con que se cuentan, siempre, es posible mejorar la situación actual.

Lo más importante del desbloqueo es:

- 1-Darse cuenta de cuales son los bloqueos
- 2-Aceptarlos
- 3-No preocuparse
- 4-Actuar en consecuencia

Se verán algunos de ellos.

- LOS MIEDOS

- Miedo al error
- Miedo a la autoridad
- Miedo a ser rechazados
- Miedo al ridículo

- INCAPACIDAD DE ACEPTACIÓN

Buscamos la virtud en vez de conocer el error.

- LAS GENERALIZACIONES LIMITANTES

- SUJECCIÓN FUNCIONAL (no sólo de cosas, también de personas e ideas)

Yo aplico la administración a mi vida.



General Pico – La Pampa
“Fundación para el Desarrollo Regional”

SEMINARIO SOBRE CREATIVIDAD: “CÓMO GENERAR IDEAS NUEVAS PARA EL NEGOCIO”

- FIJACIÓN MECANIZACIÓN

-LA FALACIA DE LA CERTEZA

Siempre hay que tener razón, nunca hay que estar equivocados. (De Bono, pág. 25 “Aprender a Pensar”).

-ORIENTACIÓN AL ÉXITO (dicotomía ganador-perdedor).

Lo que importa son los resultados, “no se fracasa, solo se demora el éxito”.

-PEREZA MENTAL

Lo último que queremos hacer es pensar.

-NO SABEMOS SEPARAR ENTRE PENSAMIENTO Y SENTIMIENTO

-LA FALACIA DE LA CRISIS

-LA FALACIA DE LA SEGURIDAD

Las leyes

Pólizas de seguro

-DEMASIADOS O POCOS CONOCIMIENTOS.
“Einstein”.

FRASES POSITIVAS

-Don´t worry, be happy

-Soy un ser que piensa.

-No temo a equivocarme.

-Puedo aprender de mis errores.

-No hay peor gestión que la que no se realiza.

-Soy creativo.

-Me estoy desbloqueando.

-Descubro mis verdades.

-Puedo ser individual sin perder mi identidad.

-Una cosa es adherir a una idea y otra es dejarse arrastrar por la misma.

-Mis limitaciones no pueden.

-No puedo desechar una idea hasta no convencerme de que no es útil.

-No criticar, ni juzgar, ni condenar es saludable.

-Aprender a vivir en la incertidumbre.

-La crisis es una oportunidad de aprendizaje.

-Aceptarse uno mismo da energías, aceptar a los demás es un acto de amor.

-Dejar de hablar tanto para escucharse a uno mismo y escuchar a los demás.

-Animarse a imaginar.

ESTRUCTURA DE LOS MIEDOS

Cada instante, cada hecho, genera una “elección”, una decisión de “hacer” o de “no hacer”.

Elección

Cada elección implica consecuencias, resultados por hacer o no hacer.

1º paso: Debo estar “atento” a cada momento para “darme cuenta” que estoy eligiendo.

Atención

Si estamos atentos podremos conocer cómo estamos eligiendo, qué grado de libertad tenemos para elegir, si elijo yo, o los hábitos adquiridos en el proceso de aculturación.

Luego, al estar atento, me doy cuenta que cada elección implica una “responsabilidad”, y la pregunta ahora es ¿Quiero “hacerme cargo” de mis



General Pico – La Pampa
“Fundación para el Desarrollo Regional”

SEMINARIO SOBRE CREATIVIDAD: “CÓMO GENERAR IDEAS NUEVAS PARA EL NEGOCIO”

responsabilidades, de mis miedos, de mis actitudes, de mis creencias, de mis hábitos?

Responsabilidad

Siempre hay una respuesta pues evidentemente hacemos o dejamos de hacer, permanentemente estamos decidiendo.

Aún cuando el grado de libertad para elegir sea aparentemente mínimo, yo decido, de acuerdo a mis posibilidades de ese momento. Podemos elegir seguir viviendo o suicidarnos “ante el vacío existente”. Tal es así, que frente a un mismo escenario dos personas pueden tener actitudes distintas. Si no existiera la posibilidad de elegir todos estaríamos condenados a actuar y vivir del mismo modo.

Siempre hay una respuesta. Conciente o inconsciente empezar a conocer los miedos es empezar a preguntarse, es empezar a dar respuesta conciente a lo que nos pasa.

La mayor parte de nuestras elecciones están supeditadas a la característica del grupo al que pertenecemos.

Es fácil inferir la conducta de una persona conduciendo ciertos aspectos, edad, raza, nivel de instrucción, nivel de desarrollo socio-económico, profesión u ocupación, etc.

Conocer el molde al que pertenecemos

Podemos ser inconscientes de nuestras respuestas pero no podemos escapar de las consecuencias de no hacernos cargo.

Responsabilidad inconsciente

Durante mucho tiempo la responsabilidad en inconsciente y cuando no nos “hacemos cargo” o no aceptamos nuestras elecciones, generamos conflictos.

El inconveniente de la respuesta inconsciente es que elegimos sin tomar en cuenta la responsabilidad que trae consigo la

misma, y luego debemos soportar en forma conciente las consecuencias. Además las respuestas inconscientes generalmente nos llevan a realizar experiencias que a veces no son convenientes y que luego debemos resolver. Ej.: Elección de carrera a estudiar u ocupación a realizar.

Genera bloqueo pues hay una parte que acepta y otra que rechaza. Ese conflicto impide fluir.

Responsabilidad conciente

La responsabilidad conciente vincula la responsabilidad a la elección, permite prever las consecuencias de la misma y aceptar o no.

Genera miedo pues siento el peso de la responsabilidad sobre mis propios hombros. Hacerse cargo significa dejar de justificarse o echarle la culpa a algo o alguien exterior a mí, de mis propias decisiones (cambios en la fe). Si bien soy más conciente, ello provoca un bloqueo que puede paralizar.

PARTE II

8. TECNICAS Y METODOS CREATIVOS

Hasta hace unos cuarenta años no existían procedimientos sistemáticos para perfeccionar el potencial creativo que todos tenemos. Hoy podemos capacitarnos en la creatividad mediante el estudio y la práctica de técnicas y métodos eficientes, que se inventaron como herramientas para desarrollar la misma.

La utilidad de las técnicas se describe a continuación: 1. Ayudan a encontrar nuevas alternativas para resolver problemas a través de nuevos enfoques. 2. Son muy útiles cuando no se sabe cómo comenzar a tratar un tema; por lo tanto sirven sobre todo al inicio del trabajo. 3. Permiten una mayor exploración, más ordenada,



General Pico – La Pampa
“Fundación para el Desarrollo Regional”

SEMINARIO SOBRE CREATIVIDAD: “CÓMO GENERAR IDEAS NUEVAS PARA EL NEGOCIO”

más metódica. 4. Son una fuente permanente de motivación.

8.1. BRAINSTORMING

Inventada por Alex Osborn en 1938, se difundió después de la Segunda Guerra Mundial. Puede traducirse como “sacudimiento de cerebros”, “torbellino de ideas” y otras variantes.

*Un grupo de seis personas, dirigido por un coordinador, conversa durante no más de media hora con absoluta libertad, con el propósito de emitir el mayor número posible de ideas novedosas.

*Se estima que se pueden producir cuarenta ideas novedosas en la media hora de conversación.

*Se enuncia el tema con claridad y precisión.

*El coordinador actúa como moderador, controlando a los exaltados y estimulando a los introvertidos. Debe registrar todas las ideas en un resumen de cada sesión.

*Tiene que mantenerse un ambiente cordial, de solidaridad entre los miembros del grupo, donde cada participante pueda sentirse cómodo.

*Cualquier idea puede emitirse, por ridícula que parezca.

*La valoración de las ideas emitidas es realizada en otro momento por expertos o bien por los mismos integrantes del grupo.

Aún cuando el Brainstorming se realice a la perfección, puede haber dificultades para generar nuevas ideas. Se enumera a continuación una lista de técnicas que pueden ser utilizadas en el transcurso de una sesión de Brainstorming.

*Fraccionamiento del problema o situación en partes y posterior reordenamiento.

*Utilización de analogías.

*Técnica de Moliere (se introduce a alguien totalmente ajeno al problema).

*Consulta a un banco de ideas.

*Utilización de estímulos visuales.

8.2. VERBOS MANIPULADOR DE OSBORN

Creados por Osborn, suelen utilizarse junto a la técnica del Brainstorming.

*Otros usos.

*Adaptar.

*Modificar.

*Agrandar.

*Disminuir.

*Sustituir.

*Reordenar.

*Invertir.

8.3. SINECTICA

Es un método creado por William J. J. Gordon en 1944. Etimológicamente, la palabra Sinéctica significa la “acción de juntar elementos diferentes, aparentemente poco significativos y desconectados” (Guerrero, Pág. 53). Se basa principalmente en la utilización consciente de los mecanismos psicológicos preconscientes en la actividad creativa.

Las etapas del proceso sinéctico son las siguientes:

A. Planteamiento del problema tal como este aparece.

B. Hacer familiar lo extraño: se intenta descubrir los componentes del problema y los factores que lo generan.

C. Análisis minucioso del problema.



General Pico – La Pampa
“Fundación para el Desarrollo Regional”

**SEMINARIO SOBRE CREATIVIDAD:
“CÓMO GENERAR IDEAS NUEVAS PARA EL NEGOCIO”**

D. Analogías metafóricas que tengan relación con el problema o situación.

E. Hacer extraño lo familiar: Se intenta ir más allá de las conexiones habituales de una idea

F. Utilización de analogías fantásticas: Los participantes se identifican sin el objeto del problema o la analogía anteriormente usada.

G. Utilización de analogías fantásticas: Se proyectan todos los deseos y sueños sobre el objetivo.

8.4. PENSAMIENTO LATERAL

Opuesto al pensamiento lógico, el pensamiento lateral descubierto por Edward De Bono tiene los siguientes objetivos: 1. Concepción de alternativas en la forma de valorar las cosas. 2. Revisión de supuestos. 3. Innovación. De Bono define al Pensamiento Lateral como el “Conjunto de procesos destinados al uso de información de modo que genere ideas creativas mediante una reestructura perspicaz de los conceptos ya existentes en la mente. (De Bono, Pg.9) “



General Pico – La Pampa
“Fundación para el Desarrollo Regional”

**SEMINARIO SOBRE CREATIVIDAD:
“CÓMO GENERAR IDEAS NUEVAS PARA EL NEGOCIO”**

LISTA DE CONTROL DE PREGUNTAS

La siguiente lista contiene un conjunto de preguntas que se usan para formular todas las que sean posible acerca de un problema:

¿Cuándo?	¿Por qué?	¿De quién?
¿Qué?	¿Por medio de qué?	¿Como?
¿Qué clase de?	¿Para qué?	¿En qué medida?
¿A quién ?	¿Para Quién?	¿Cuánto?
¿Quién?	¿Todos?	¿A qué distancia?
¿No todos?	¿Importante?	¿Dónde?
¿Otra vez?	¿En qué otro lugar?	¿Lleno?
¿Vacío?	¿Juntos?	¿Cuántas veces?
¿Solos?	¿Con?	¿Con qué?
¿Contra?	¿Sobre?	¿En qué?
¿Debajo de?	¿A través de?	¿Acerca de qué?
¿Qué clase de?	¿Cuáles?	¿De qué?
¿De dónde?	¿Por qué causa?	¿Más?
¿Menos?	¿Por cuánto tiempo?	¿Más a menudo?
¿Para cuál?	¿Con quién ?	¿Hacia dónde?
¿Para qué?	¿Por medio de qué?	¿De dónde?
¿Más difícil?	¿Más fácil?	¿Hasta cuándo?



General Pico – La Pampa
“Fundación para el Desarrollo Regional”

**SEMINARIO SOBRE CREATIVIDAD:
“CÓMO GENERAR IDEAS NUEVAS PARA EL NEGOCIO”**

BIBLIOGRAFIA

1. BRANSFORD, John y Barry S. Stein. Solución IDEAL de problemas; Guía para mejor pensar, aprender y crear. Barcelona, Labor, 1984.
2. DE BONO, Edward. El pensamiento lateral. Buenos Aires, Paidos, 1989.
3. DE BONO, Edward. Seis Sombreros para pensar. Buenos Aires, Gránica, 1988.
4. GUERRERO, Ariel H “Curso de Creatividad”. De. EL ATENEO. Bs. As. 1988
5. GUILFORD, J. P. “Kreativität”. Colonia 1973 citado por SIKORA. J.
6. GROSMAN, Gustavo. Permiso, yo soy creatividad. Buenos Aires, Macchi, 1988.
7. MARIN IBAÑEZ, Ricardo. La creatividad. Segunda edición Barcelona, Ediciones CEAC, 1984
8. MC KINNON, D “The Nature and Nurture of creative talent”. en American Psychologist. Fasc. 17 1962. Citado por NOVEDADES, M. H. “Psicología de la Actitud Creadora”. KAPELUZ 1971.
9. ROGERS, Carl. “El Proceso de Convertirse en Persona”. PAIDOS. México 1988.
10. SIKORA, Joachim. Manual de métodos creativos. Buenos Aires, Kapeluz, 1979.