



## EL RETO DE LA CREATIVIDAD

Monika Lenz\*

.....

Hablar de creatividad es hablar de la historia de la humanidad, de sus logros, de sus aciertos y desaciertos. Allí están todos los avances que hemos logrado. Cada objeto que vemos es creado por alguien, si es un teléfono, un vehículo, una novela, una canción o una sonrisa. Todo ha sido desarrollado en el cerebro de una o de varias personas, conectando millones de neuronas. Pequeños impulsos electromagnéticos hicieron posible estos milagros. La estructuración posterior permitió priorizar las acciones hasta concluir el invento.

Si nos preguntamos que hemos creado, la lista llega seguramente a varias cuerdas más abajo de nuestra casa. Podemos de una vez preguntarnos cuando hemos creado por última vez, hace cinco minutos, ayer, hace una semana, hace un mes un año o tal vez cinco.

Qué pasa, por qué no creamos más? Sabemos que podemos crear a cada momento. Nosotros tenemos temores en cuanto a crear, tenemos miedo al fracaso, a la crítica, a la autoridad y sobre todo a la innovación y por ende a lo desconocido.

Nuestra sociedad acepta con pocas excepciones el fracaso. En el colegio se pierde el año, en la empresa se pierde el puesto. No somos conscientes de que el fracaso es solamente una información. Depende de nosotros si dejamos todo como está o si seguimos nuestra búsqueda.

Ser creativo es una decisión personal que depende de la voluntad de cada uno, no depende de ninguna norma estatal. Llegó el momento de cambiar de paradigma, de sacudir nuestras neuronas, de condicionarnos para crear a cada paso.

“Todo en este mundo resta por rehacerse. El contrato de trabajo ideal aún queda por inventar, un fósforo a prueba de viento, un lápiz que nunca se acaba, un programa escolar eficiente no ha sido resuelto”, solían decir los expertos en creatividad en Buffalo, New York, sede del más importante instituto de creatividad.

---

\* Filósofa austríaca, residente en Medellín. Experta en talleres de creatividad.



Alex Osborn el excelso representante entre el grupo académico de la misma Universidad, insistía que: “Somos mucho menos creativos de lo que podríamos ser en vista de que andamos con las dos palancas: una hacia adelante y una en reversa. **Creamos y criticamos al mismo tiempo.** Es como sacar agua caliente y fría de una tubería al mismo tiempo”.

Cómo cambiar? Tenemos que salir de nuestro entorno acostumbrado; ser conscientes de que cambiar es avanzar. Debemos exigirnos ir más allá de nuestros límites autoimpuestos. Solamente los exploradores encuentran aun El Dorado, una nueva fórmula, un nuevo producto, una nueva solución en cualquier campo.

En mi reciente viaje a París vi a los franceses de nuevo con los acostumbrados baguettes y croissants. Ellos siguen desayunando con croissants, cargando sus baguettes debajo del brazo para acompañar un succulento almuerzo. Nada ha cambiado en los 50, 60, 70, 80 y 90 en este sentido. La única innovación que he podido percibir es la baguette du chef, un cambio en la mezcla de las harinas. Succulento por cierto, pero probablemente insuficiente para reactivar e innovar la economía de este país.

Desde los años cincuenta hay un gran interés en estudiar la creatividad y sus componentes, Alex Osborn, catedrático universitario y dueño de una agencia de publicidad, había dedicado varios años al estudio del comportamiento humano en relación con la creatividad.

El resultado lo incluyó en su primer libro. Basado en observaciones pudo distinguir que ciertas constantes en el comportamiento debían ser tenidas en cuenta.

- Un ambiente relajado da mayor resultado.
- El interés de la persona o del grupo es importante.
- La confianza en los otros es primordial.
- Salirse de lo normal debe ser bienvenido.

En apenas 38 páginas estaba todo su pensamiento con el título: *Un grito en la Oscuridad* - Un hombre de negocios ayuda a romper un paradigma de 2000 años. Un libro que se escribió como manual práctico para una empresa donde doscientos



creaban y trescientos más podían crear. Los capítulos incluían: Despierte su mente. El poder creativo, Imaginación aplicada. En 1995 General Motors le pidió 330.000 copias.

Osborn rompió el paradigma milenario de que la creatividad no se podía aprender. A él se le debe este gran cambio de actitud en el pensamiento creativo. Su libro podía leerse y releerse, cada vez daba nuevas interpretaciones.

El interés hacia la creatividad ya seguía viento en popa.

**Hoy mismo debemos:  
Saltar barreras  
Romper paradigmas  
Abrazar lo desconocido  
Amar el caos**

Una vez puesto en una nueva dirección y en un nuevo carril podemos explorar y encontrar lo inesperado. Ha terminado la costumbre de hacer siempre lo mismo y estar siempre con las mismas personas.

Osborn insistía en el trabajo en grupo, bajo el principio “dos cabezas” piensan más que una.

Aunque las normas no existen, sí hay unas reglas básicas:

- 1) El juicio se acabó. La crítica debe ser aplicada apenas al final.
- 2) La locura es bienvenida. Más loco mejor.
- 3) Las mejores ideas son simples. Ideas complejas también tienen componentes simples para arrancar.

Nos hemos acostumbrado que suben los precios según la devaluación y se parecen más bien a taxímetros. Que la educación es de doce años y seguida por la universitaria, éste patrón se ha vuelto un hábito. Nuestro desayuno no ha cambiando substancialmente, al igual que nuestro almuerzo, mientras que nuestra comunicación va vía microondas.



## **La Curiosidad**

El sicólogo Carl Rogers habla de “una apertura a la experiencia”, podríamos hablar de la nueva experiencia.

Tenemos que sacudirnos, es imposible volvernos creativos haciendo lo mismo. Cambiar de hábito y ponernos en la mente creativa, donde las ideas son transformadas, es la exigencia del momento. Todo es un juego, semejante a los pasos de un bailarín, desenvolviéndose constantemente, sin juicio, sin crítica. Un dinosaurio no puede ser muy creativo con toda la carga que lleva encima.

Empiece con pequeños detalles, corriendo el escritorio a otro punto, llegando al trabajo por otra ruta, cambiando la vestimenta; así nuestras neuronas empiezan a recibir otra información y a divagar en nuevas direcciones. Si solemos usar la corbata, un cuello tortuga hará maravillas, el cambio de pantalón a minifalda tendrá igualmente un efecto sorprendente.

## **La Actitud**

Tal como nos sentimos, tal como enfocamos nuestras metas, tal será el resultado. Una actitud positiva, abierta, radiante, receptiva y llena de expectativa, tendrá éxito. Los caminos parecen abrirse con nuestra convicción.

Los libros del pensamiento positivo en las librerías no son una moda; son la expresión de un enfoque importante, muchas veces ignorado.

Ensaye, juegue, experimente, llegue a una fiesta sin ánimos y quédese así por una hora, después cambie. Observe lo que pasa. No cambie antes de haber aprendido la lección. De allí en adelante utilice su alegría en todo lo que hace.

Las cariocas se creen las mujeres más bellas del mundo, son tan convencidas que lo hicieron creer a todos los hombres del planeta. Los austríacos están convencidos de que los Alpes son las montañas más bellas del mundo, averigüe por los millones de turistas que llegan allí a diario.



## La Seguridad

Cuando desfilan las reinas de belleza ante el jurado, solamente algunas tienen una mirada triunfadora y realmente son ellas las elegidas.

Los psicólogos han estudiado casos y han encontrado que personas seguras, obtienen con rapidez toda la información y todos los elementos que necesitamos. Es la duda que no permite el libre flujo de ideas. Cada gran creador tiene la seguridad de que encontrará la solución. El tiempo es secundario para ellos, más vale el encuentro. Podemos observar este factor decisivo en Cristóbal Colón que llegó a América, Pasteur quien inventó la vacuna contra la rabia, Einstein quien comprobó la ley de la relatividad.

## Cambio de Hábitos

Un hábito es solamente un hábito, aprendido en cualquier momento de nuestra vida y repetido tantas veces hasta que este se vuelve natural. Poco los cuestionamos y por ende poco los cambiamos.

Que tal si de hoy en adelante volvemos el mundo infinito, ilimitado, fantástico donde cada acción y cada objeto es un reto para crear e innovar. Un poco complicado al principio pero después de algunas repeticiones será tan normal como la aceptación del *status quo* sin creatividad.

Fritz Kahn el autor de: *El diseño del universo*, nos advierte que este hábito creativo es más fácil para una mente con poca educación formal que para una muy educada. El mismo Einstein nos recuerda: "Necesito mi mente libre para crear, los conocimientos están en los libros".

## Ambiente abierto al Cambio

Personas entusiastas, abiertas al cambio tienen la condición número uno para darle rienda suelta a las nuevas ideas. Crayola de Estados Unidos tiene en su mesa de Juntas un oso gigante de peluches que preside las sesiones de tormenta de ideas para nuevos productos. El resultado de esta innovación está en cada almacén de los



Estados Unidos. *Crayolas* que echan chispas, estrellas cuyo color se hace invisible, aparecen en los estantes. Los inventores son como los niños, andan siempre en espera de los nuevos productos.

El equipo Bill Gates, dueño de Microsoft desarrolla sus nuevos productos jugando basquetball. Los resultados están en nuestros computadores.

Esquema publicidad de Medellín lleva a todo su equipo a paseos en bicicleta y vuelve con ideas grandiosas para sus clientes.

La gerencia de ideas en el hotel Las Colinas de Manizales permitió el encuentro de muchas ideas para la mejor atención de los huéspedes. La persona que quiere pensar sobre un determinado tema se autonombra gerente, escucha música suave y tiene un bloc de hojas en blanco para anotar los chispazos. El resto podemos comprobarlo alojándonos allí.

### **El Proceso de la Creatividad**

Una vez con mente positiva, llena de expectativa, con ánimos de crear, podemos empezar. Antes no se justifica ahondar, los resultados serán superficiales e intrascendentes como una sopa sin condimentos o una novela sin pasión.

El proceso creativo tiene las mismas constantes y podríamos definirlo en tres etapas:

**Búsqueda del problema**, que abarca un radius abierto.

**Solución del problema**, que va posiblemente en otras direcciones.

**Implementación o verificación** con grupos.

**Búsqueda de datos:** En un campo específico, podemos enfocar el cambio o el mejoramiento de un servicio, en abaratar costos, en educación a distancia para indígenas, en viajes a Marte o en ropa adaptable a la necesidad de calor o de frío del momento, o en cualquier otro tema, pero lo importante es enfocar. Con temas claros ponemos nuestra atención sobre algo en específico, sino seguiremos divagando. Con este simple cambio de percepción aparece información antes ignorada; con ella



podemos definir con toda facilidad el **problema** o nuestro **reto**. Los franceses dicen: "Un problema bien definido es un problema medio resuelto".

Los miedos, la comodidad, todos ellos suelen venir antes de permitir el proceso. Por ende es necesario saltar las barreras, atreverse, ir más allá de lo imaginado.

Debemos obligarnos a ver al mundo como un niño, de manera fresca, descomplicada y abierta. Y tener esta actitud a diario.

La INFORMACION es el soporte de nuestro problema. Una vez definido, es importante tener en cuenta: mirarlo de nuevo. Muchas veces no es el problema real que pensamos solucionar. Miremos nuestros países, el problema es social, es económico, es laboral o es educativo? Según la prelación que le damos tendremos los resultados. Admitimos que tenemos un hijo que es mal estudiante, el problema es la concentración, la vista restringida, la falta de atención, la desmotivación, o un problema emocional. Según el enfoque que escogemos tendremos diferentes resultados.

Es importante designar algún tiempo a esta primera etapa antes de pasar a resolver el problema, sino corremos el riesgo de quedar de nuevo en el lugar donde empezamos.

El proceso creativo fluye constantemente en dos direcciones, en la divergente y en la convergente. Primero necesitamos divagar para encontrar nuevos horizontes y nuevas perspectivas, luego debemos converger en una o varias ideas para aplicarlas.

Es importante tener coraje para explorar nuevos rumbos, no tenemos carros sin llantas porque a nadie se le ha ocurrido, en calles con muchos huecos sería una delicia. Mi carro manejado por un hombrecillo invisible y un microcomputador haría mi felicidad.

La búsqueda de ideas puede apoyarse en preguntas: ¿Cómo podría yo lograr...?

¿Cómo quisiera el resultado final...?

¿Qué tal si hacemos...?



Allí es donde entra la famosa **tormenta de ideas** descrita y evaluada por primera vez en los años cuarenta por Alex Osborn, profesor universitario de la Universidad de Nueva York con sede en Buffalo y dueño de una agencia de publicidad. Inspirado tal vez en las cataratas del Niágara, Osborn se dio cuenta de que mientras más flujo hay en las ideas, más posibilidades existen para que algunas de ellas sean valederas.

Así mismo anotamos cuatro reglas como las importantes para el éxito en este ejercicio.

1. Todas las ideas son válidas
2. Hay un respeto a la persona y a la idea
3. Se necesita más cantidad que calidad
4. Se pospone la evaluación y la crítica.

### **Primera fase**

Armado del tema y teniendo en cuenta las reglas, la tormenta puede empezar. Vale la pena hacer un precalentamiento si usted no está familiarizado con la tormenta de ideas. Anotar nuevas ideas para una receta de frijoles, de comunicación en el trabajo, de sitios de visita en vacaciones. Una mente entrenada encuentra más de treinta ideas en tres minutos. Tómese de tres a cinco minutos, escriba y escriba sin levantar el lápiz. Una profesora encontró más de treinta usos de una envoltura de galletas en tres minutos. Repite la tormenta cada día, solamente con la práctica tendrá ideas cada día más maravillosas.

Aunque la tormenta de ideas puede hacerse individualmente, vale la pena realizarlas para efectos laborales, en grupos. Se recomienda entre dos a cinco personas en países latinos, más de cinco sería una fiesta y más de ocho una revolución. Además el pensamiento latino es tan veloz que no necesita más personas. Para empezar: de tres a cinco minutos, solamente un grupo experimentado puede extenderse a veinte minutos. Es innecesario hacerlo por más tiempo ya que la mente no puede concentrarse, entra la fatiga mental y la desviación del tema.



Nuestros grupos salen con ideas sorprendentes. Un estudiante universitario presentó la tormenta de su grupo alrededor de la opción de nuevos salones y métodos de enseñanza. Salones de color, adornados con flores frescas, aroma en el aire, sonido, proyección y explicación simultánea, ejercicios permanentes sobre lo aprendido, compartir lo aprendido en clase, enfatizar en lo nuevo, cuestionar, avanzar, aplicar, jugar, humor, concentración.

Un grupo de secretarias salió con las siguientes ideas para la hora de almuerzo: compartir la comida, un rato de chistes, traer fotos de la infancia para una cartelera, 20 minutos de estudio de inglés, cita secreta con el esposo, compras, meditación, siesta, relajación, caminata, gimnasia, obras manuales, celebrar, compartir, redecorar la oficina, leer una novela, escribir un poema, clase de culinaria con almuerzo incluido, compartir sobre un programa de T.V.

El lunes siguiente las alternativas estaban listas para empezar una semana excitante y aprovechar una hora muerta anteriormente.

La **segunda fase** de la tormenta de ideas es la evaluación de las ideas, la eliminación de la crítica hace que todos sean anotadas, solamente después se evalúan y se les da prioridad. Ideas que están fuera de contexto y aparentemente absurdas se pueden interpretar, mezclar, achicar y agrandar. Por lo normal son éstas, las ideas que dan un nuevo rumbo a nuestros encuentros.

En la evaluación de las ideas debemos tener en cuenta nuestras prioridades, tiempo, dinero, facilidad, factibilidad, personal, recursos, disponibilidad y otros, ésto nos permitirá escoger aquellas ideas que nos llevarán más cerca de nuestra meta.

Allí es solamente un paso para crear **un plan de acción**.

En todas las fases debe entrar de nuevo la creatividad. En un mundo tan cambiante como el actual, todo lo que ha servido la víspera no es actual en el momento siguiente.

Debemos sacudir constantemente nuestras neuronas, exigirnos al máximo y gozar con este encuentro de chispazos. Podremos sentir la misma felicidad que ha sentido un compositor con su obra, un escultor con su talla o un científico con su invento.



Esencialmente no existe mucha diferencia en el proceso creativo. Siempre existe un problema o un dilema que debe ser resuelto. Yo prefiero llamarlo reto en vista de que, en mi cultura, problema tiene una connotación negativa. En fin, es sólo un problema de semántica. El problema o el reto tienen un inmenso campo: son la posibilidad que tiene el hombre de crear, de dejar su huella en este mundo. Cada uno escoge su campo. Si es una nueva receta, una sonrisa, una solución al desempleo o la vacuna contra el SIDA.

Estar convencido de que es posible encontrar la solución permitirá a cada uno encontrar con años el alma de la mente. El hombre sigue siendo una totalidad. Solamente si tenemos la predisposición anímica, empezará todo el proceso. Parece liberarse todo nuestro potencial para darnos las soluciones que anhelamos. Solamente los problemas que no nos importan no encuentran solución.

Anote en una hoja en blanco todas las situaciones y retos que le pasan por la mente. Piense en cuestiones de trabajo, de familia, de la sociedad. Qué se puede reevaluar, replantear, mejorar, repensar, eliminar, redefinir...

Enumere los temas por importancia y empiece con una tremenda tormenta de ideas.

Evalúela y elabore un plan para empezar.

Cada idea lleva a otras ideas, usted puede:

Adaptar,  
Modificar  
Magnificar  
Minimizar  
Substituir  
Reagrupar  
Reversar  
Combinar cualquier idea.

Empiece con una, siga con otra hasta que el ejercicio se vuelva un juego.

Desechando los miedos, podemos encontrar una parte viable donde empezar a cambiar. A medida que caminemos, en esta misma medida encontraremos más



información. Esperar es equivalente a esperar la muerte, solamente en pocas ocasiones es la opción oportuna.

En la vida no hay que dejar pasar ningún momento sin crear. Es nuestra oportunidad, de avanzar y de aportar. Desperdiciarla es como tirar unos diamantes al río, sabiendo que son diamantes.

Es a nosotros a quienes compete llevar nuestro potencial a la máxima expansión. El momento es ahora.

Practicar, practicar y practicar son las únicas herramientas para aprender. Cuidado, no se quede en el mismo nivel, avance constantemente.

Una vez experto en la definición del problema y en la tormenta de ideas, lo invitaremos a dar un salto a nuevos métodos, pero antes practique y practique. Suerte.

Observe su alrededor, busque temas para crear. Lea biografías de los creativos, Mozart, Einstein, García Márquez, imítelos. Profundice con lecturas de Alex Osborn, Sidney Parnes, Eduard de Bono. Averigüe con amigos si ellos tienen más literatura y discúptala con ellos.

Creatividad es como un manantial, es el brotar constante de vida, es la renovación, la búsqueda y el encuentro.

Usted es un genio, créalo, demuéstrello, camine, corre y grite EUREKA como Arquímedes o todos nuestros asistentes a los Seminarios.