

Creatividad. Capital humano para el desarrollo social

Julio César Penagos Corzo

Universidad de las Américas – Puebla

Instituto Autónomo de México

Dar a cada ser humano todo lo que la ciencia puede darle es una tarea necesaria en cada nación. “Cada hombre tiene el derecho natural de desarrollar su propio potencial genético y el derecho para usar todo el conocimiento científico existente que pueda facilitar este desarrollo. Por consiguiente la sociedad tiene el deber de hacer que los frutos de la ciencia sean disponibles para toda la gente” (Machado, 1988).

El potencial que aquí importa se llama creatividad. El presente trabajo postula que la investigación, desarrollo y promoción de la creatividad son vitales para el desarrollo social. Se revisarán las aproximaciones a la creatividad y los intentos por promoverla a nivel personal y social. Finalmente, se presentarán estrategias que, de implementarse, quizá puedan iniciar a gran escala transformaciones que permitan redimensionar la creatividad como herramienta humana para la identificación y solución de problemas de manera relevante y original.

Aproximaciones a la creatividad

La creatividad ha sido un término sobre el cual se ha desarrollado bastante actividad creativa y en ocasiones, lo único que ha existido es sólo

actividad. Al compararse la investigación de la creatividad con la investigación de otros procesos de la naturaleza humana es posible afirmar que son pocas las aproximaciones serias y científicas. Quizá la aproximación más conocida y sometida a estudios científicos es la de Guilford (1950).

Guilford (1950) propuso cuatro criterios importantes para identificar a la creatividad: fluidez, alta frecuencia de ideas; flexibilidad, las modificaciones a la idea; elaboración, el grado de acabado de un producto; y originalidad, lo novedoso del producto.

El principal problema que aparece en la aproximación de Guilford, y por consecuencia en los instrumentos de evaluación de la creatividad que usan este modelo, es la consideración de la creatividad como un fenómeno más o menos general, individualizado y descontextualizado del entorno social. El problema de las aproximaciones hacia una creatividad general es que consideran que ésta existe de manera global; sugiriendo así que se es creativo, medio creativo o no creativo. Esto, al parecer es falso. La creatividad, por ejemplo, puede manifestarse en las relaciones interpersonales y no estar presente en las habilidades espaciales, o estar ausente en las capacidades verbales y presente en las habilidades musicales.

Considerar a la creatividad de manera más sistémica puede ayudar a entender mejor el proceso creativo. En este sentido, Csikszentmihalyi (1996) ha propuesto un modelo más integrador de la creatividad, sugiriendo que la creatividad son las transformaciones que una persona hace en un campo y que son aceptadas por un ámbito.

En otras palabras la creatividad sucede en determinadas, disciplinas, áreas de habilidad o conocimiento (campo). Así, una persona cambia, transforma a esos campos, generando procesos, productos y/o maneras de hacer las cosas, que antes no existían y, además, un juicio social, el ámbito, las llama valiosas. Es entonces cuando se afirma que hubo creatividad.

El juicio social es un elemento importantísimo en la creatividad. Lo que en una cultura puede ser creativo en otra puede no serlo. Los procesos históricos, sociales culturales son frecuentemente olvidados en diversas aproximaciones teóricas a la creatividad. Hay productos que en su época no fueron creativos y después lo fueron. Esto último es citado con bastante frecuencia. Pero también es cierto que han habido productos creativos en su época y después han dejado de serlo, e incluso han perdido su valía.

Es importante destacar que, desde un punto de vista teórico, no existe acuerdo concluyente que permita afirmar que la participación de jueces, expertos del campo, es significativa para determinar lo que es o será creativo (Romo, 1997). En este sentido, algunos podrían afirmar que la teoría de la relatividad, el Guernica de Picasso, la interfaz de las computadoras Apple, o Cien años de soledad de García Márquez, algo tenían de especial, algo inherente que hace que estos productos sean creativos, independientemente del criterio social.

Sin embargo, es posible preguntar ¿si la teoría de la relatividad en otra cultura con otras maneras de haber llegado al conocimiento, con otros valores de conocimiento y con niveles de comprensión de la naturaleza igualmente sofisticados sería creativa esta teoría?

Ahora bien, ¿cuándo un grupo de expertos afirma que algo es creativo? cuando ve que algo que es nuevo y es relevante para una situación de conocimiento insuficiente o significa un enriquecimiento en el estado actual de conocimiento o destreza. De igual manera los creativos ven lo que otros no ven, por lo menos un tipo de creativos. Es posible afirmar que existe un proceso de flexibilizar lo que se atiende, de generar redes de relaciones, de dirigir la conciencia de manera diferente.

Cuando alguien crea, requiere de capacidades especiales para el ámbito de desempeño, requiere de habilidades comportamentales necesarias, de un adecuado funcionamiento cognitivo - emocional, pero sobre todo de un darse cuenta destacado, un darse cuenta que generalmente, al convertirse en producto el desempeño creativo, trasciende a la persona, convirtiéndolo en transpersonal.

Aunque se ha definido con alguna frecuencia a la creatividad como algo nuevo, o algo nuevo y útil, no basta que algo sea nuevo y relevante, sino que alguien lo haga. También es necesario especificar el contexto en donde existe lo nuevo y lo relevante (Penagos y Aluni, 2000). Lo relevante debe ser una aportación. Esto se traduce en que alguien vio una manera de enriquecer algo y si algo se enriquece es porque no estaba terminado, no era perfecto, necesitaba mejoras. Entonces, no basta con hacer algo nuevo y útil; es necesario que exista un contribución al: 1) ver oportunidad, un problema, o 2) dar una respuesta o solución o 3) enriquecer o mejorar a la oportunidad.

Lo anterior sugiere que pueden haber tres énfasis en las personas creativas: los creadores de problemas, es decir personas que vieron problemas en dónde nadie había identificado algo. El siguiente énfasis es en la solución de problemas, es decir, creadores que han solucionado problemas tangenciales del campo, plenamente identificados pero no resueltos. Finalmente, se identifican a las personas virtuosas que han contribuido a un campo de conocimiento enriqueciéndolo bajo más o menos las mismas normas del campo (Gardner, 1999). Sin embargo, es importante puntualizar que si bien en el proceso de la creatividad interviene la maestría, la solución o la creación de un problema, hay énfasis predominantes en el producto final. En un producto que es relevante a la cultura.

Con todo lo anterior, es posible definir a la creatividad como la generación de productos y/o conductas relevantes para una situación de destreza o conocimiento insuficiente.

Promoción de la creatividad

En 1979, se creó en Venezuela el Ministerio de Desarrollo de la Inteligencia. El propósito de este proyecto fue incrementar la inteligencia en toda la población venezolana, desde niños hasta ancianos. El Ministerio llegó a su fin con el cambio de gobierno. Independientemente del éxito logrado en los cuatro años de trabajo, el propósito de democratizar el conocimiento, llevar el conocimiento de las universidades a la población, tomar la información científica sobre desarrollo del potencial humano y

ponerlo en las manos de todos es una labor digna no sólo de nombrarse, sino de hacerse, de repetirse. Aunque quizá éste es el mayor esfuerzo conocido de dimensiones nacionales, existen, aunque no suficientes, iniciativas, si no explícitamente orientadas al desarrollo de la inteligencia o de la creatividad, sí a favor del desarrollo de habilidades del pensamiento.

En México, en la Ley General de Educación se menciona como una meta educativa, el desarrollo de la creatividad. Con o sin el conocimiento de dicha ley, algunas escuelas han incorporado dentro de su currícula la asignatura de Desarrollo de Habilidades del Pensamiento o asignaturas relacionadas como Filosofía para Niños, Pensamiento Crítico y Creatividad, etc. En ambientes organizacionales y de grandes corporativos también existen esfuerzos orientados al desarrollo de habilidades creativas (Penagos, 1997). A nivel individual, es posible suponer que existe una significativa intención orientada al desarrollo de habilidades de pensamiento, a juzgar por la literatura de supermercado denominada superación personal.

Construyendo el capital humano

A pesar de los esfuerzos, casi aislados, antes mencionados, es posible afirmar que el énfasis no es suficiente en el estudio y desarrollo de la creatividad. Si bien se le considera de paso o se le menciona en las propuestas educativas, esta consideración no pasa, en la mayoría de los casos, de alusiones o menciones y pocas veces es posible observar

programas educativos dirigidos a la mayor parte de la población que estén explícitamente centrados en el estudio y desarrollo de la creatividad.

Por otro lado, tampoco es posible encontrar abundancia de iniciativas desligadas de instancias gubernamentales, que promuevan el desarrollo de la creatividad o que financien de manera relevante su estudio. Si bien es cierto que sí existen asociaciones u organizaciones de merecido reconocimiento, es fácil admitir que el número de tales organizaciones es reducido. Pero ¿es necesario que existan más instancias gubernamentales, no gubernamentales, académicas, empresariales para el estudio y desarrollo de la creatividad? ¿es necesario estudiar y desarrollar la creatividad?

El presente siglo plantea al conocimiento como una de las variables de mayor peso en el desarrollo productivo de empresas y países. Saber usar el conocimiento, generarlo, difundirlo, transformarlo es valioso para la productividad económica. Por otro lado, problemas del mundo contemporáneo son evidentes: hambre, guerra, analfabetismo, injusticia, contaminación, criminalidad, delincuencia y una interminable lista de fenómenos similares. Para iniciar acciones en torno a la solución de estos problemas se requiere del deseo de resolverlos, el compromiso decidido para solucionarlos y, entre otras cosas, el conocimiento técnico para iniciar acciones. Sin embargo, es claro que han habido buenas intenciones, compromiso y conocimiento, pero esto no ha permitido su solución. Las respuestas que se han dado hasta ahora no han sido suficientemente buenas; no habido la suficiente dosis de eficiencia, eficacia y/o relevancia en la empresa de resolverlos. Falta creatividad. A pesar del deterioro del nivel de

vida, se siguen ensayando y ejecutando acciones que han mostrado su fracaso. Faltan nuevas acciones, acciones originales, útiles, relevantes.

Los mayores logros de la humanidad son logros de la creatividad. Las personas que iniciaron acciones que aceleraron, cambiaron, transformaron el curso de historia, son personas que pueden ser consideradas creativas. Estas personas, dentro de su contexto histórico socio cultural, fueron capaces de establecer relaciones de conocimiento, fueron capaces de ver en dónde otros no veían, fueron capaces de establecer nuevas preguntas, de dar respuestas originales, las cuales fueron consideradas útiles para el entorno social.

Acciones

Educación:

Inclusión de la materia de habilidades de pensamiento creativo en los niveles de enseñanza básica y media, además de incorporar la aplicación de dichas habilidades en otras asignaturas.

La creatividad no sucede por decreto. No basta generar una iniciativa de ley que luego sea ley para que la creatividad suceda en las aulas y luego en la sociedad. Es necesario una profunda transformación de las escuelas normales. Quizá el cambio debe empezar por ahí, con una fase de modificación de los sistemas de preparación en las escuelas normales. La preparación de los futuros maestros debería incorporar el desarrollo de habilidades de creatividad para cualquier asignatura. La imaginación es más importante que el conocimiento, dijo Albert Einstein y creo que todavía no lo hemos escuchado.

Transformar los procesos de las escuelas normales requiere de nuevos planteamientos en el diseño curricular y la incorporación de especialistas en desarrollo humano para las áreas relevantes y nodales en esta transformación.

Preparar a los académicos de las escuelas normales y modificar el diseño curricular es la primera fase. Posteriormente vendría la formación del profesorado. Adicionalmente, el cambio en los niveles de enseñanza básica y media siempre y cuando tuvieran asesores, por lo menos, y profesores capaces, y con probidad, de llevar a cabo las transformaciones.

Económico:

Exenciones fiscales para empresas nacionales que desarrollen investigación, registren patentes y tengan impacto en el mercado internacional, o que contribuyan a la solución de problemas sociales o al conocimiento tecnológico y científico.

Beneficios fiscales para empresas internacionales que desarrollen dentro del país tecnología de punta, tengan procesos productivos centrados en la innovación y difundan internacionalmente sus avances y presentación de productos más importantes desde México. Se podría considerar también estimular con beneficios fiscales a aquellas empresas nacionales o internacionales que realicen de manera significativa avances tecnológicos o ejecuten procesos de innovación y ayuden a sus proveedores nacionales a desarrollar procesos orientados a la innovación.

Cultural:

Promover el premio de la Creatividad y la Innovación en: a) Tecnología b) Educación y Desarrollo Social c) Artes d) Actividad empresarial e) Salud. El premio, quizá debería ser un estímulo entregado en especie y orientado a las necesidades del ganador. De esta manera se da alguna garantía para que el ganador siga creando, siga mejorando en el sentido en donde fue reconocido.

Desarrollar una Feria Internacional de la Creatividad y la Innovación en donde expositores de países de Ibero América compartan sus productos, intercambien ideas y promocionen educativa y/o empresarialmente sus creaciones o procesos de innovación. La feria puede estar orientada en los mismos ejes que el premio, es decir, tecnología, educación, desarrollo social, artes, actividad empresarial, salud.

Socio política:

Creación de una instancia de primer nivel, con capacidad de toma de decisiones a nivel nacional y que funcione por lo menos como una Dirección o como un Instituto Nacional o bien como una Secretaría de Estado, cuya labor debería de ser la investigación, desarrollo y promoción de la creatividad y la innovación a nivel nacional. Una instancia que además coordinara las estrategias antes propuestas, y las que existen de manera aislada, dándoles un carácter nacional, buscando la manera de generalizar cada logro a la mayor parte de la población.

Lo que se está sugiriendo en este trabajo, es realizar un esfuerzo de proporciones mayúsculas, de significativa magnitud, para alcanzar al mayor número posible de personas y producir los mejores resultados posibles. Un nivel de gobierno que pueda concentrar estas acciones puede ser una alternativa viable.

Conclusión

Proporcionar apoyos y acompañamiento en el trabajo creativo es importante. Habrán quienes piensen que la creatividad sucede en aislado y que grandes creadores lo han sido en condiciones de grandes carencias. Independientemente del romanticismo que puede encerrar esta visión, es muy probable que tales creadores hayan sido creadores no gracias a esas circunstancias sino a pesar de ellas. Las condiciones actuales, con la importante cantidad de conocimiento, su nivel de complejidad, los requerimientos tecnológicos, las condiciones de vida y las maneras de comunicar son determinantes para el trabajo creativo. Es por ello que deben existir los medios que usen tales condiciones en la mejor manera posible. Por eso, se sugiere que otorgar los medios, herramientas, espacios y mecanismos que permitan un enriquecimiento ambiental para el desarrollo de la creatividad y la innovación es necesario. Es también necesario tener una visión compartida, iniciativa y formas de comunicación apropiada para ayudar a las personas a desarrollarse, a no callarles el conocimiento, a no ocultárselos. Las instituciones sociales deben dar a toda la gente lo que las ciencias saben para desarrollar a las personas en sus potencialidades. Para

ello no bastan esfuerzos aislados, se necesita de una iniciativa, al menos nacional. Una iniciativa que busque científica y tecnológicamente el desarrollo del potencial humano como meta última del desarrollo de un país.

Referencias

Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity. flow and the psychology of discovery and invention*. New York: HarperPerennial .

Gardner, H. (1999). *Mentes extraordinarias*. Barcelona: Kairós.

Guilford, J. P. (1950). Creativity. *The American Psychologist*. 5 (9) pp 444 – 454.

Machado, L. A. (1988). It can be done. *In Context*. (8) pp 37 – 40.

Penagos, J. C. (1997). El origen de la creatividad. *Calidad y Excelencia*. 2 (13) 4 – 8.

Penagos, J. C. y Aluni, R. (2000). Creatividad, una aproximación. *Revista Psicología. Edición Especial Año 2000*. Págs. 3 – 11.

Romo, M. (1997). *Psicología de la creatividad*. Barcelona: Paidós.