

LICENCIATURA EN GESTIÓN TECNOLÓGICA

Asignatura: Taller de Creatividad y Liderazgo

Tema: Creatividad

MGC. Martin Mendoza Álvarez

Julio-Diciembre 2017

Contenido

- El desarrollo de la capacidad creativa en el ser humano es fundamental para la solución de problemáticas de toda índole. En las empresas es necesaria además para la creación de nuevos productos o servicios. En este documento se abordan los principales tópicos sobre la creatividad y su relación con el emprendimiento.
- Palabras clave: Creatividad, proceso creativo, emprendimiento

Abstract

- *The development of the creative capacity in the human being is fundamental for the solution of problems of all kinds. In companies it is also necessary for the creation of new products or services. This document addresses the main topics on creativity and its relationship with entrepreneurship.*
- *Palabras clave: Creativity, creative process, entrepreneurship*

Resumen

- Conceptos de creatividad
- Aplicaciones de la Creatividad
- Teorías de la Creatividad
- El Proceso creativo
- Barreras y bloqueos a la creatividad
- Estimulo de la Creatividad
- Pensamiento lateral de Edward de Bono.
- Emprendimiento y creatividad
- Consejos para incrementar la Creatividad



“La creatividad implica provocación,
exploración y riesgo;

Implica experimentos de pensamiento”.

Edward de Bono



Definiciones (DRAE, 2001)

Crear

1. tr. Producir algo de la nada. *Dios creó cielos y tierra.*
2. tr. Establecer, hacerlo nacer o darle vida, en sentido figurado. *Crear una industria, un género literario, un sistema Filosófico, un orden político, necesidades, derechos, abusos.*

Creativo

1. adj. Que posee o estimula la capacidad de creación, invención, etc.
2. adj. ant. Capaz de crear algo.
3. m. y f. Profesional encargado de la concepción de una campaña publicitaria.



La Creatividad

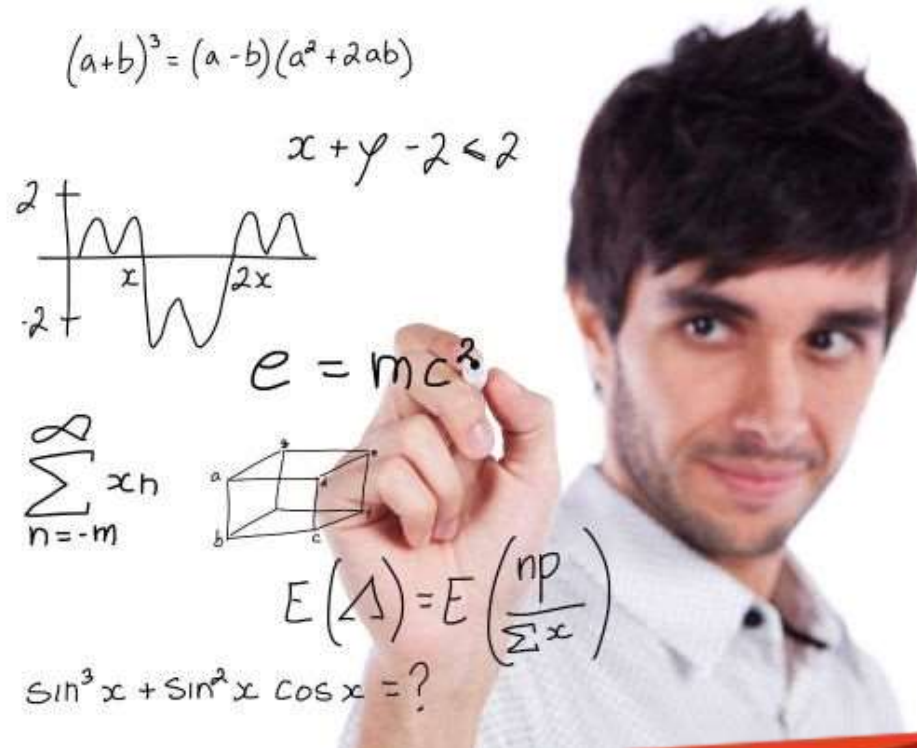
La creatividad es, simplemente, la **capacidad de *crear***. Al nivel más simple, es hacer surgir **algo que no existía antes**.

No debe ser algo obvio ni fácil, sino **exclusivo y raro, algo nuevo, que añade valor, que es sorprendente e inesperado**.



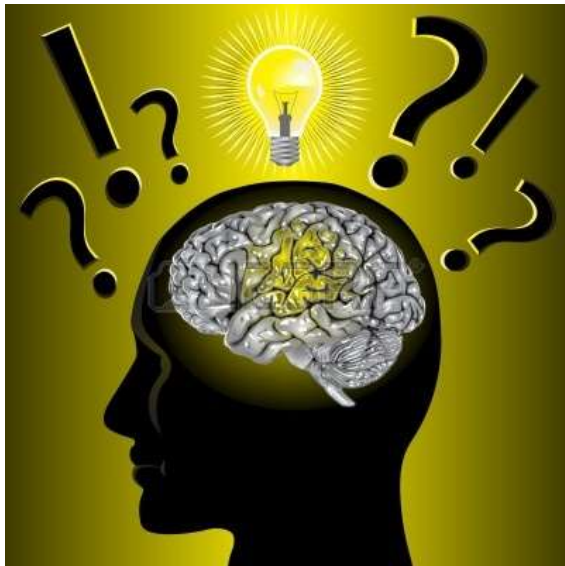
La Creatividad

La creatividad es la **capacidad de crear, de producir cosas nuevas y valiosas**, es la capacidad de un cerebro para llegar a conclusiones nuevas y resolver problemas en una forma original.



La Creatividad

La actividad creativa debe ser intencionada y **apuntar a un objetivo.**



La Creatividad

En su materialización puede adoptar, entre otras, forma artística, literaria o científica, si bien, **no es privativa de ningún área en particular.**



La Creatividad

La creatividad es el principio básico para el mejoramiento de la **inteligencia personal y del progreso de la sociedad** y es también, una de las estrategias fundamentales de la evolución natural.



La Creatividad

Es un proceso que se desarrolla en el tiempo y que se caracteriza por la **originalidad**, por la **adaptabilidad** y por sus posibilidades de **realización concreta**.



La Creatividad

Creatividad es la producción de una idea, un concepto, una creación o un descubrimiento que es nuevo, original, útil y que satisface tanto a su creador como a otros durante algún periodo.



Las Aplicaciones de la Creatividad

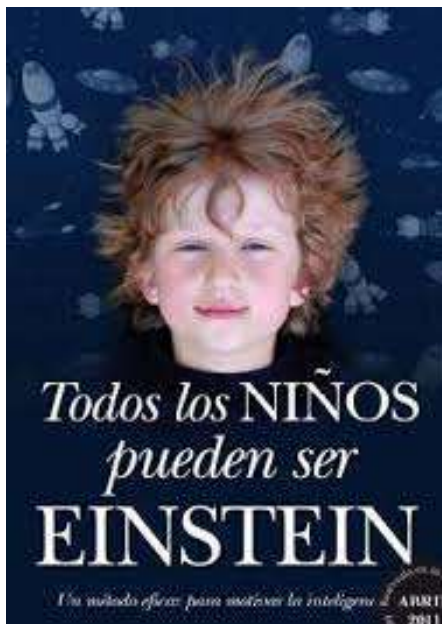
- Adoptar un nuevo enfoque al considerar un problema.
- Diseñar o modificar un proceso o sistema.
- Inventar un nuevo producto o servicio.
- Encontrar nuevos usos para cosas existentes.
- Mejorar las cosas.
- Inventar o redefinir un concepto.



Se nace con la Creatividad?

Todos nacemos con una capacidad creativa que luego puede ser estimulada o no.

Como todas las capacidades humanas, la creatividad puede ser desarrollada y mejorada.



Proceso creativo (Graham Wallas, 1926)

Graham Wallas, en su trabajo «El arte del pensamiento», publicado en 1926, presentó uno de los primeros modelos del proceso creativo.

En el modelo de Wallas, los enfoques creativos e iluminaciones eran explicados por un proceso consistente de cinco etapas:

1. Preparación: se define el problema en el cual se enfoca la mente y explora sus dimensiones.



Proceso creativo (Graham Wallas, 1926)



2. Incubación: el problema es interiorizado en el hemisferio derecho y parece que nada pasa externamente.

Proceso creativo (Graham Wallas, 1926)

Ha habido algunas investigaciones que buscan aclarar, si el periodo de "incubación", implicando un periodo de interrupción o descanso del problema, ayuda a la solución creativa del problema.

Hay varias hipótesis de porque un periodo de incubación ayudaría, algunas evidencias son coherentes con la hipótesis y demuestran que la incubación ayuda a "olvidar" falsas pistas. **La ausencia de incubación puede llevar al "solucionador" a estancarse en estrategias inapropiadas.**



Proceso creativo (Graham Wallas, 1926)

3. Intimación: la persona creativa "presiente" que una solución esta próxima.



En muchas publicaciones, el modelo de Wallas es modificado a cuatro etapas, donde "intimación" es visto como una sub-etapa.

Proceso creativo (Graham Wallas, 1926)

4. **Iluminación o insight:** cuando la idea creativa salta del procesamiento interior al consciente.



Proceso creativo (Graham Wallas, 1926)

5. Verificación: cuando la idea es conscientemente verificada, elaborada y luego aplicada.



Proceso creativo (Arthur Koestler,1959)

Arthur Koestler distingue estas fases que corresponden con los estados de consciencia de la neurociencia:

1. Fase lógica: En la cual se suceden la formulación del problema, la recopilación de datos relativos a ese problema y una primera búsqueda de soluciones.



Proceso creativo (Arthur Koestler, 1959)

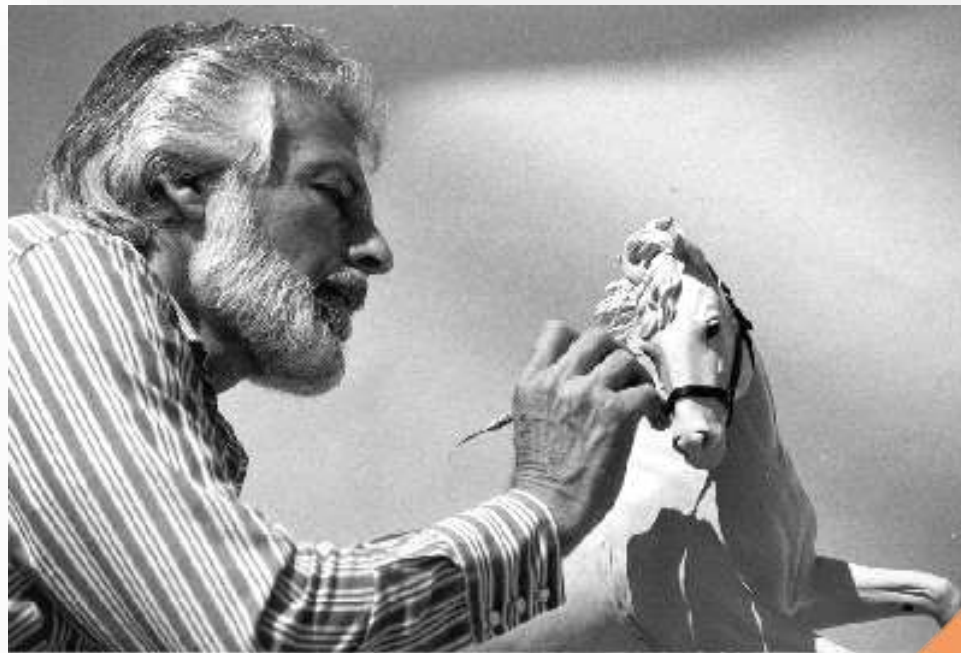
2. Fase intuitiva: Quizá no conforme con la solución, el problema se va haciendo autónomo, vuelve a ser elaborado y comienza una nueva incubación de la solución y una maduración de las opciones, durante un periodo que a veces puede ser extenso en la etapa de maduración.

Es la parte divergente del proceso, puesto que se genera solo en la mente del creativo. Se produce la iluminación, es decir la manifestación de la solución.



Proceso creativo (Arthur Koestler, 1959)

3. Fase crítica: Durante la cual el inventor se entrega al análisis de su descubrimiento, precede a la verificación de la validez del mismo y le da los últimos toques.



El Proceso Creativo de Abraham Maslow, 1982

Maslow sugiere que la creatividad tiene una utilidad social y representa algo nuevo o nunca antes pensado. Distingue dos fases de la creatividad:

La creatividad primaria.

Se refiere a una fase de inspiración.



La creatividad secundaria.

Se refiere al producto bien terminado.



En una relación entre lo que él llama experiencias cumbre y creatividad, Abraham Maslow establece algunas cosas que suceden en el **momento creativo**:

1. Renuncia al pasado,
2. Renuncia al futuro,
3. Inocencia,
4. Pérdida del ego,
5. Fuerza inhibidora de la conciencia,
6. Desaparición de temores,
7. Disminución de las defensas e inhibiciones,
8. Fuerza y valor,



Continuación...

9. Aceptación,

10. Confianza,

11. Receptividad taoísta,

12. Integración del conocedor,

13. Permiso para sumergirse en el
proceso primario,

14. Percepción estética,

15. Espontaneidad absoluta,

16. Máxima expresividad de unicidad

17. La fusión de la persona con el
mundo.



Pensamiento Paralelo o lateral (Edward de Bono 1967)

Con demasiada frecuencia, no obstante, cada interlocutor se encierra en su opinión y se empeña en ganar la discusión antes que en resolver la cuestión bajo análisis.

El corazón del pensamiento paralelo está en la posibilidad de cambiar, en cualquier momento, la posición propia por la de los otros, para observar cómo se ve la realidad desde un ángulo diferente. Es decir, todos miran en la misma dirección, pero lo hacen alternativamente.



6 Sombreros para pensar

Edward de Bono



Esta técnica permite abordar un problema desde diferentes puntos de vista o enfoques. A partir de la idea que ponerse un sombrero es equivalente a adoptar un papel o un "rol", que representan a seis maneras de actuar:

Blanco. Significa actuar objetivamente proporcionando datos objetivos.

Rojo. Significa actuar emocionalmente, dando pasos a las intuiciones o sentimientos cuando se está trabajando en el planteamiento o solución de un problema.

Negro. Es representar el enjuiciamiento crítico centrado en las desventajas, carencias o factores negativos.

Amarillo. Significa adoptar la visión optimista, la visión centrada en las conveniencias y factores positivos.

Verde. Significa el papel de la creatividad, de la generación de ideas.

Azul. Corresponde al papel del director de la orquesta, del coordinador.

El Proceso Creativo



Barreras de la Creatividad

Fenómeno creativo-innovador

Resulta fácil percibir en las organizaciones tradicionales del país una tendencia común a destruir las nuevas ideas.



La razón obedece principalmente a que en tales empresas se maneja un tipo de tecnología no avanzada, dependen de negocios tradicionales y su cultura tiende a ser conservadora y orientada al control.

Por tanto, en su clima impera el boicot a la creación, y es difícil distinguir qué individuo o individuos actúan como destructores de las nuevas ideas.

Barreras de la Creatividad

Fenómeno Creativo-Innovador

Por otro lado, en organizaciones cuya cultura está orientada a mantenerse competente en los mercados, podremos distinguir en mayor o menor medida cuatro tipos de roles con respecto al fenómeno creativo-innovador.



1. Los portadores del conocimiento (AI) (almacenadores de ideas)
2. Los generadores de ideas (GI)
3. Los destructores de ideas (DI)
4. Los patrocinadores de ideas (PI)

Los portadores del conocimiento (AI)

Los portadores del conocimiento son prácticamente todos los miembros de la compañía, que dentro de la división del trabajo de la organización contemporánea, poseen una parte especializada de la sapiencia total de ésta y funcionan como almacenadores de ideas (AI), interpretadas como representación mental de conocimiento basado en la experiencia.



Los generadores de ideas (GI)

Los generadores de ideas (GI) son percibidos como personas inquietas, a veces indisciplinadas, gustan de hacer las cosas de manera diferente.

También se les percibe como poco prácticos, centrados en sí mismos y productores de confusión; aunque en realidad son visionarios e ingeniosos y únicos.



Los generadores de ideas (GI)

En lo general, los GI son gente joven, con poca antigüedad en la empresa, dotados de ingenio y potencial creativo. Además, en aras del mejoramiento competitivo de la organización y/o de la calidad de vida de sus miembros, no temen modificar el status quo de la misma.

Su comportamiento ante el grupo de trabajo se distingue por lo siguiente:

- ✓ Facilitan la ruptura de esquemas.
- ✓ Proporcionan la dinámica para llevar a cabo cambios radicales.
- ✓ Aportan nuevos puntos de vista para implementarlos en los grupos de trabajo y en las tareas.
- ✓ Cuestionan las suposiciones.



Los destructores de ideas (DI)

Los destructores de ideas (DI) o adaptadores son percibidos como personas inteligentes y disciplinadas; son precisos, confiables, hacen bien las encomiendas, son "gente en quien es posible apoyarse".



También se les percibe como **dogmáticos**, sumisos, atorados en un esquema, tímidos y conformistas. Son destructores porque están en contra del cambio y porque son intolerantes ante la divergencia y la diversidad.

Los destructores de ideas (DI)

Los DI son por lo general gente madura y con antigüedad en la empresa, que gracias a su inteligencia han logrado ascender el escalafón jerárquico y manejan poder.

Cuidan la estabilidad de la compañía a fin de garantizar su merecido retiro. Su comportamiento ante el grupo de trabajo se distingue por lo siguiente:



- Aportan estabilidad, orden y continuidad a la tarea.
- Atienden la cohesión del grupo.
- Sensibilizan a las personas sobre la tarea a realizar.
- Proporcionan una base segura para realizar operaciones riesgosas.

Los patrocinadores de ideas (PI)

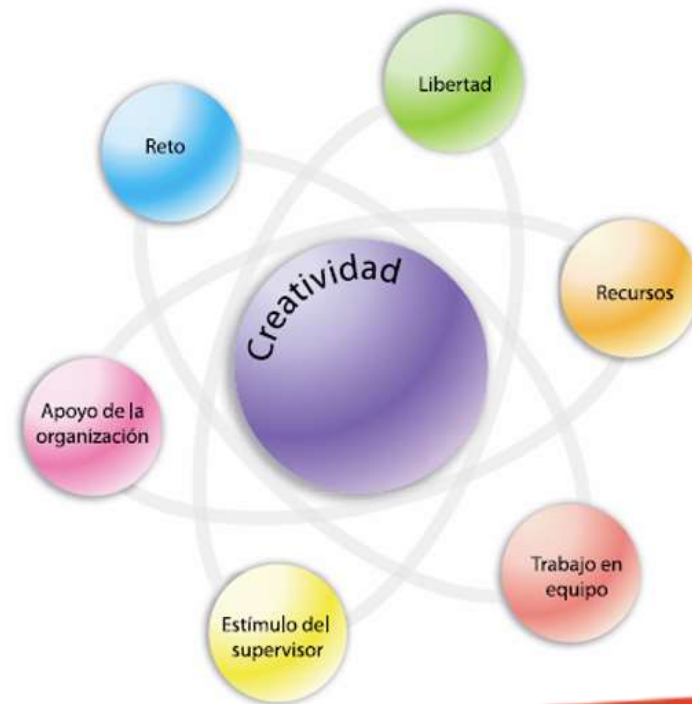
Los patrocinadores de ideas (PI) son percibidos como personas que respaldan las nuevas ideas, protegiendo a los GI de los DI, a través de apoyos para que tales ideas encuentren maduración y materialización en la organización.



Los PI son también gente madura e inteligente, que como los DI manejan poder, pero que a diferencia de éstos poseen una visión de futuro más amplia y se manejan sin miedo.

Fenómeno creativo-innovador

Como se puede observar, todos los roles son significativos y necesarios en la organización del trabajo; sin embargo, es indispensable su gestión si realmente se quiere evitar el autoboicot a la creación y si se busca capitalizar los talentos individuales de la empresa en innovaciones corporativas rentables que accedan a los mercados internacionales.



Estimulo de la Creatividad

Vivimos sumergidos en el tiempo. El tiempo pasa y recibimos información que periódicamente intentamos utilizar de la mejor manera posible. Y esto se aplica a nuestro pensamiento personal, cultural y social.



Estímulo de la Creatividad

El problema es que, generalmente, utilizamos la información de una manera lineal y argumentativa. La creatividad, empero, no surge de manera argumentativa, y a veces requiere de una dinámica de **pensamiento paralelo o lateral**.



Requisitos para tener Ideas Creativas

Arthur Van Goundy señala los siguientes:

- ✓ Hay que creer que todo es posible. Pensar libremente hace ilimitada la generación de ideas.
- ✓ Hay que crear un clima, un entorno que estimule el pensamiento creativo, donde las ideas puedan alimentarse y crecer.
- ✓ Hay que facilitar a la gente estímulos para ser creativos, relacionados o no, con el reto con el que se enfrente.



EJERCICIO:

Material:

13 Clavos

Trozo de madera (base)



Coloque 12 clavos encima de solo uno, soportado en la base de madera.

Todos los 12 clavos deben ser soportados por solo **Uno**

Emprendimiento y Creatividad

A pesar de que el empleo es hoy una especie en extinción, pocas personas se plantean iniciar la aventura de emprender.

Estamos en la era del emprendimiento, aunque en nuestra sociedad sigue predominando la cultura del funcionariado.

El Gobierno incita a la población a convertirse en emprendedores, lo que casi requiere tener super poderes.



Emprendimiento y Creatividad

Esto es debido a que nuestro sistema educativo, la sociedad y el núcleo familiar, han promovido los valores de seguridad y conformismo, ocupándose de enterrar los talentos particulares y de anular la creatividad individual.

Por el contrario, se ha fomentado una cultura que **castiga el error y coarta la libertad personal**, cuando tanto uno como la otra son necesarios para cultivar el espíritu emprendedor.



Emprendimiento y Creatividad

Las estadísticas son abrumadoras, pues nos dicen que el 95% de las empresas no superan los cinco primeros años de vida. Es por eso que la creencia de que **emprender es una locura**.

El gran enemigo del emprendimiento es **el miedo**, y para ser emprendedor hay que vencer esos miedos: al fracaso, al que dirán, al ridículo, a la soledad, al cambio, a la culpa, a lo desconocido, al éxito

Por eso emprender no solo es una opción, si no un proceso de crecimiento y desarrollo, de transformación personal.



Emprendimiento y Creatividad

El éxito empresarial no depende de los títulos académicos ni universitarios, ni del conocimiento técnico, ni de la edad o el sexo, ni siquiera de los contactos.

La gran diferencia entre las personas que triunfan y las que no es la **actitud y la mentalidad**.

Y para mejorar la una y cambiar la otra es requisito imprescindible formarse continuamente en **habilidades de liderazgo** y modelar a quien ha alcanzado aquello que busca.



Emprendimiento y Creatividad

1. El primer factor del fracaso es **no saber lo se quiere, ni personal ni profesionalmente.**
2. El segundo motivo es **desconocer tu proyecto de vida, y**
3. El tercero es, aún sabiendo los dos primeros puntos, **no hacer nada.**

El emprendedor es quien ve oportunidades donde otros ven problemas, que busca soluciones y persevera en su empeño, es un constructo de sueños y tiene afán de superación.



Emprendimiento y Creatividad

Esto no significa que no vea los riesgos, sino que los analiza y los asume porque aprende a controlarlos, se entrena en las habilidades necesarias para superar los obstáculos.



Emprendimiento y Creatividad

Tampoco es un irresponsable que no teme equivocarse, sino que aprende de sus errores y se levanta cada vez que tropieza.



Emprender es una filosofía de vida, es sentirte dueño) de tu vida, y la empresa es el vehículo para alcanzar tus sueños.

10 Consejos para incrementar tu creatividad

1. No hagas lluvia de ideas

La lluvia de ideas o brainstorming, es la técnica más popular para incentivar la creatividad. Sin embargo, éste resulta un método pésimo. Según Keith Sawyer, psicólogo de la Universidad de Washington, “cuando se hace lluvia de ideas en grupo se producen menos que cuando esas mismas personas trabajan de manera individual y después comparten sus ideas”. De igual manera, un estudio realizado por Charlan Nemeth, psicóloga de la Universidad de California en Berkeley, demostró que “un debate” es 25 por ciento más creativo que el brainstorming.



2. Pinta las paredes de azul

Hace algunos años, en la Universidad de Columbia Británica, un equipo de psicólogos se puso a analizar la influencia que tienen distintos colores sobre los procesos del pensamiento. Para ello sometieron a dos grupos de personas a trabajar en cuartos de distintos colores: rojo y azul.

El primero detonó en las personas su capacidad para resolver pruebas de precisión, mientras que el segundo hizo que los individuos tuvieran un mejor desempeño en actividades en las que ponían en uso su imaginación y creatividad. Así que ya sabes, la próxima vez que necesites generar ideas nuevas, busca un espacio con techos altos y grandes ventanales, o bien, pinta tus paredes de azul.



3. Ve más programas de comedia

Un estudio realizado por Mark Beeman, de la Universidad de Northwestern University de Illinois, y Jack Kounios, de la Universidad Drexel en Filadelfia, sugiere que la gente que es más feliz es más creativa. Incluso, hasta los sentimientos de felicidad pasajera pueden generar incrementos dramáticos en la capacidad creativa.

La recomendación es que antes de acostarte o previo a comenzar tu jornada laboral, veas ese video humorístico que tanto te gusta.



4. Sé feliz

El punto anterior nos llevó directamente a éste.

Tener un estado de ánimo positivo, permite que el cerebro adopte un estado de apertura y disposición al juego.



5. Prepárate para improvisar

Aquí de lo que se trata es de aprender a improvisar en conjunto, una técnica que obliga a los comediantes a construir sobre la broma inmediatamente anterior, de esta manera, las bromas se van acumulando una tras otra y el sketch resulta ser un producto de la creatividad global.

Deja de lado las inhibiciones y comienza a trabajar en ello.



6. Piensa como niño

Ya lo decía Picasso: “Todo niño es un artista. El problema es cómo seguir siendo artistas cuando crecemos”.

Sin embargo, un estudio conducido por los psicólogos Darya Zabelina y Michael Robinson, en la Universidad Estatal de Dakota del Norte, sugiere que es posible recuperar la creatividad que vamos perdiendo al madurar.

Sólo imagina que tienes de nuevo 7 años y que te acaban de avisar que no tendrás clases. ¿Qué haces? ¿A dónde quieres ir? Verás que luego de escribir todo lo que harías y qué jugarías, generarás el doble de ideas creativas.



7. Debate

Cada mañana, los animadores de Pixar debaten despiadadamente el trabajo del día anterior.



8. Trabaja con extraños

Brian Uzzi, sociólogo en la Northwestern University de Illinois, pasó varios años estudiando la forma de trabajo en los musicales de Broadway para llegar a la conclusión de que “los mejores equipos eran aquellos en los que las relaciones estaban mezcladas. En los que había individuos que compartían una amistad de años, pero en los que también había recién llegados”.



Dice Uzzi que “la gente tiene una tendencia a querer hacer las cosas solo con sus amigos, pues se sienten más cómodos, pero es exactamente lo que no se debe hacer”.

9. Toma más descansos

La creatividad no sólo se trata de tener nuevas ideas, sino también de evaluarlas e ir poniendo orden en el caso para decidir qué realmente vale la pena.

Simone Ritter, candidata a doctorado por la Universidad de Radboud en Países Bajos, realizó un estudio en el que los participantes más eficaces para identificar mejores ideas fueron aquellos que habían gozado de una breve distracción previa a la prueba.



10. Acepta tus limitaciones

El escritor GK Chesterton alguna vez dijo: “El arte consiste en la limitación. La parte más hermosa de todo cuadro es el marco”. Se refería a la importancia de tener límites en el proceso creativo.

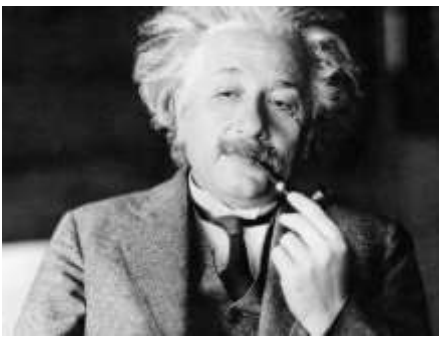
Un estudio reciente, liderado por Janina Marguc, de la Universidad de Ámsterdam, aporta una sorprendente respuesta: la frustración de apegarse a una forma ayuda a que la gente piense de una manera más holística y creativa.





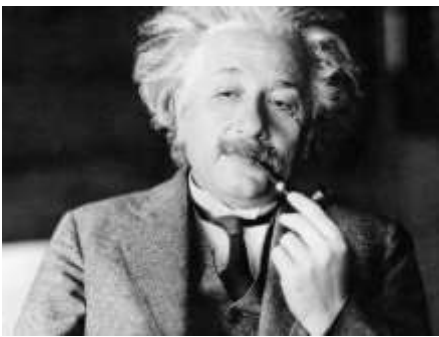
12 Frases de Albert Einstein

1. "La imaginación es más importante que el conocimiento"
2. "Intenta no volverte un hombre de éxito, sino volverte un hombre de valor "
3. "Si 'A' es el éxito en la vida, entonces $A=x+y+z$. El trabajo es la 'x', el juego la 'y' y 'z' es mantener la boca cerrada".
4. "Nunca consideres el estudio como una obligación, sino como una oportunidad para penetrar en el bello y maravilloso mundo del saber".



12 Frases de Albert Einstein

5. "Una persona que nunca ha cometido un error nunca intenta nada nuevo".
6. "Lo importante es no dejar de hacerse preguntas".
7. "No entiendes realmente algo a menos que seas capaz de explicárselo a tu abuela".
8. " Primero tienes que aprender las reglas del juego y después jugar mejor que nadie".



12 Frases de Albert Einstein

7. "Todos somos muy ignorantes, lo que ocurre es que no todos ignoramos las mismas cosas".
8. "Hay una fuerza motriz más poderosa que el vapor, la electricidad y la energía atómica: la voluntad".
9. "La mayoría de las ideas fundamentales de la ciencia son esencialmente sencillas y por regla general pueden ser expresadas en un lenguaje comprensible para todos".
10. "La vida es como andar en bicicleta. Para mantener el equilibrio debes mantenerte en movimiento".

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Fernández Romero Andrés. (2005). Creatividad e innovación en empresas y organizaciones. Madrid; Buenos Aires: Díaz de Santos

Cooper, C. N. y Appley, M. N. (1982). Psicología de la motivación. Teoría e investigación. México, D. F.: Trillas.

Hodgetts, R. M. y Altman, S. (1987). Comportamiento en las organizaciones. México, D. F: Interamericana.

Maslow, A. H. (1975). Motivación y personalidad. Barcelona: Sagitario.

Maslow, A. H. (1982). La amplitud potencial de la naturaleza humana. México, D. F.: Trillas.