

Pensamiento Creativo

El pensamiento creativo es posible por medio de la adquisición de una serie de habilidades, las cuales abren paso a la originalidad.

Estas habilidades te facilitan la posibilidad de proponer alternativas de solución a problemas planteados, comparar modelos, formular modelos alternativos, proponer modelos originales etc. Resulta importante destacar que las habilidades de pensamiento están ligadas a un conjunto de actitudes de las que se tienen que dar cuenta o estar conscientes para manejarlas a voluntad, estas actitudes son: apertura, gusto, compromiso, autoconfianza, rigor y reflexión, orden, autocorrección analítica, entre otras.

Sin embargo, el pensamiento creativo parece no existir hasta que se presenta la oportunidad de utilizarlo. Pareciera que la consigna de éste es crear cosas simples oportunamente para facilitarnos el futuro cercano. A continuación se comentan algunas de las principales aplicaciones del pensamiento creativo, para que nos sea más fácil la comprensión de la aplicación de la creatividad en nuestra vida diaria de manera oportuna y eficaz.

Para empezar la consideración del uso práctico del pensamiento creativo, hay que examinar algunas de las principales aplicaciones del pensamiento creativo a continuación se expondrán las mencionadas por DE Bono (1994) en su libro "Pensamiento creativo":

Pensamiento Creativo

El perfeccionamiento

En términos de cantidad, el perfeccionamiento es sin duda el uso más amplio del pensamiento creativo. Incluso se puede decir que el perfeccionamiento es el mayor uso “potencia” del pensamiento creativo. Podemos aplicarlo a cualquier cosa que estemos haciendo, con la esperanza de introducir una mejora o de encontrar una manera “mejor” de llevarla a cabo. Las posibilidades son enormes, pero por razones que se expondrán más adelante. Por lo general, nos damos por satisfechos con nuestra manera habitual de proceder.

¿Qué queremos decir con la palabra “mejora”? ¿Qué significa encontrar una manera mejor de hacer las cosas”? ¿Cuál es el sentido de “mejor”?

Es necesario tener clara la idea de lo que se quiere dar a entender cuando se dice “mejor”. Esa palabra puede significar: menor costo en menos tiempo; menos errores y fallos; menos consumo de energía con menor contaminación; un comportamiento más satisfactorio y humano; menos despilfarro. En el futuro, uno de los sentidos más importantes de “mejor” será “más simple”. La simplicidad tiene un valor para los usuarios y consumidores. También es valiosa para los productores, porque significa que no se necesitan trabajadores cualificados.

Por lo tanto, es muy importante definir la dirección de la idea de perfeccionamiento. Desde luego, existen varias definiciones posibles.

Pensamiento Creativo

En Occidente, la idea de perfeccionamiento ha incluido siempre todo lo que concierne a la eliminación de defectos, resolución de problemas, corrección de fallos. Todo esto forma parte de la general orientación negativa del pensamiento occidental.

El punto clave del mejoramiento es la capacidad de examinar cualquier procedimiento o método y dar por sentado que podría haber otro mejor. Existen corporaciones que han revisado procesos que habían perfeccionado durante años y con los que estaban absolutamente conformes. Sin embargo, se introdujeron en esos procesos “ya perfeccionados”, y esos cambios significaron un ahorro en millones de dólares.

Se pueden introducir mejoras basándose en la experiencia, las nuevas tecnologías, la nueva información, el análisis y la lógica. No siempre se necesita el pensamiento creativo. Cuando hay fallos, los métodos lógicos de resolución de problemas suelen ser más que suficientes para eliminarlos. Pero cuando no hay, el pensamiento creativo, es indispensable para plantear nuevas posibilidades.

La resolución de problemas

La resolución de problemas constituye un área tradicional de utilización del pensamiento creativo. Si los procedimientos estándar no ofrecen una solución, hay que usar el pensamiento creativo. Y aunque el procedimiento corriente pueda brindar esa solución, siempre tiene sentido aplicar el pensamiento creativo con el propósito de encontrar otra mejor.

Pensamiento Creativo

Existen dos enfoques posibles de la resolución de problemas: el enfoque analítico, en el que nos importa “lo que es”; y el diseño, en el que importa “lo que podría ser”. Evidentemente, el enfoque basado en el diseño requiere pensamiento creativo. Pero incluso la orientación analítica puede necesitar del razonamiento creativo para imaginar posibilidades alternativas.

Por norma general, se concede mucha importancia a la “definición del problema”. Esta definición es sin duda importante y puede encararse formulando primero la siguiente pregunta: ¿Cuál es el verdadero problema?.

Debemos aclarar, sin embargo, que sólo se puede encontrar la mejor definición del problema cuando ya se le ha resuelto. Este procedimiento resulta poco práctico. No obstante, hay que esforzarse para tener en cuenta definiciones alternativas del problema, algunas más amplias y otras más restringidas. Más importante que conseguir una definición “correcta” es encontrar una “alternativa”. Tarde o temprano se hallará una definición satisfactoria, capaz de producir resultados positivos.

Un problema es algo así como un dolor de cabeza o una piedra en el zapato. Uno sabe que está allí. Los problemas provienen del mundo que nos rodea y los que uno mismo se plantea o como se dice “se proponen tareas”.

Pensamiento Creativo

Todos los inventores se comportan exactamente del mismo modo. Se propone una tarea y después se dedican a cumplirla. Lo mismo puede decirse del diseño, con la única diferencia de que con un diseño siempre es posible algún tipo de resultado, mientras que si se trata de un invento y no se encuentra una “salida”, el resultado puede ser nulo.

Es sabido que una parte importante de la resolución de un problema puede consistir en “evitar el problema”. En vez de resolverlo, nos remontamos al comienzo y alternamos el sistema para que el problema no se produzca. Este es un proceso de rediseño: si la gente siempre pierde las llaves, se rediseña el sistema de seguridad para que nadie tenga que usarlas.

Valor y oportunidad

A medida que las organizaciones aumentan su competitividad, el éxito e incluso la supervivencia pasan a depender de lo que pueda hacer con los bienes fundamentales que cada una posee. Estos bienes pueden ser: situación en el mercado, personal cualificado, sistemas de distribución, conocimientos técnicos, marcas, etc. El tercer uso del pensamiento creativo se relaciona directamente con el incremento y la creación de los valores, y con la generación de oportunidades.

Hubo una época en que la eficiencia y la resolución de problemas eran suficiente, pero hoy en día estas dos condiciones son apenas básicas. ¿Qué nuevos productos y servicios podemos idear? ¿Cómo podemos generar valor agregado? ¿Cómo deberían ser los nuevos mercados o segmento de mercado?

Pensamiento Creativo

Siempre se puede copiar, diseñar productos parecidos a los existentes o recurrir a las personas innovadoras. Todas estas estrategias son válidas y parecen conllevar menos riesgo que la innovación. Pero ¿por qué esperar que otros hagan lo que uno mismo puede hacer?

La generación de oportunidades requiere pensamiento creativo. La creación de nuevos valores exige nuevos conceptos. Las oportunidades sólo “caen del cielo” si alguien se lanza a buscarlas. Las ideas generadoras de oportunidades no se encuentran en todas partes, esperando a que alguien las encuentre. Esas ideas deben ser producidas.

El futuro

Para conjeturar acerca del futuro es necesario pensar. Nunca tenemos suficiente información sobre el mañana y, sin embargo, es allí donde se desarrollarán y tendrán consecuencias todos nuestros actos. Por eso se necesita el pensamiento creativo para prever las consecuencias de la acción y para generar nuevas alternativas a tener en cuenta.

También precisamos la creatividad para preparar el futuro posible donde quizá tengamos que actuar. Y como ya se ha dicho, se necesita creatividad para producir las discontinuidades que no surgirán de la extrapolación de las tendencias actuales.

Las estrategias, las contingencias y los reaseguros forman parte del proceso del diseño creativo. La información y la lógica brindan el marco de trabajo. El diseño creativo ofrece las posibilidades; la información y la lógica las evalúan.

Pensamiento Creativo

En el futuro, en vez de esforzarnos para tener razón a toda costa, será más conveniente la flexibilidad ante un costo menor. Si no podemos predecir el futuro con exactitud, es mejor ser flexibles y estar preparados para enfrentar a los diversos futuros posibles.

La motivación

La creatividad es un poderoso factor de motivación porque logra que la gente se interese por lo que está haciendo. La creatividad insufla siempre la esperanza de encontrar una idea valiosa. Brinda a todos la posibilidad de alcanzar logros, de hacer la vida más divertida y más interesante. Proporciona un marco para el trabajo en equipo con otras personas.

Todos estos aspectos motivadores de la creatividad están separados de los resultados concretos del esfuerzo creador.

Lo que importa es el fomento y la recompensa del esfuerzo creador. Si uno espera los resultados para entonces fomentar o recompensar, sólo logrará que la gente se esfuerce menos. Pero si uno logra producir mucho esfuerzo, con el tiempo obtendrá resultados.

Hasta aquí hemos examinado algunos de los principales usos del pensamiento creativo. Tal vez habría resultado más simple decir que siempre que es necesario pensar es necesario también tener creatividad. Pero no es totalmente cierto, porque en algunas ocasiones, no se plantea una "necesidad" aparente de pensamiento, a menos que uno se formule esa necesidad. Nadie se siente obligado a buscar una oportunidad hasta que es demasiado tarde, o casi demasiado tarde.

Pensamiento Creativo

Afortunadamente, la cultura del pensamiento está empezando a cambiar en el mundo de los negocios y también en otras actividades.

Referencia:

Rodríguez, M. (1985) Psicología de la creatividad. Editorial Pax-México. México