

---

# Pienso de forma divergente, luego existo

---

PID\_00269895

Anouk Suñer-Rabaud

**Anouk Suñer-Rabaud**

Licenciada en Filología Hispánica y máster en Ciencias de la Comunicación en La Sorbona (París). Ha ejercido durante más de veinticinco años en agencias de publicidad como Delvico Bates, Contrapunto o Lowe, y ha sido miembro del jurado en el festival El Sol de San Sebastián. Su experiencia docente empezó en URL Blanquerna como profesora de Creatividad y como coordinadora de un posgrado de Creatividad Publicitaria. Es *coach* certificada ACC por ICF, máster *Practitioner* y *trainer* en PNL certificado por AEPNL. Ha sido *coach* y profesora de Creatividad en el Instituto Europeo de Design y en LCI. También es formadora en Creatividad para profesores de la Universidad del País Vasco. Es autora y dinamizadora del MOOC de Creatividad y Pensamiento Lateral de UOCX e imparte seminarios de creatividad en diferentes empresas.

Primera edición: febrero 2020  
© Anouk Suñer-Rabaud  
Todos los derechos reservados  
© de esta edición, FUOC, 2020  
Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona  
Realización editorial: FUOC

*Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño general y la cubierta, puede ser copiada, reproducida, almacenada o transmitida de ninguna forma, ni por ningún medio, sea este eléctrico, químico, mecánico, óptico, grabación, fotocopia, o cualquier otro, sin la previa autorización escrita de los titulares de los derechos.*

# Índice

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. Pienso de forma divergente, luego existo.....</b> | <b>5</b>  |
| <b>2. ¿A más emociones, más ideas?.....</b>             | <b>20</b> |



## 1. Pienso de forma divergente, luego existo

«Con grandes vacilaciones abordo el problema de la creatividad, porque generalmente, cualquiera que sea su escuela, los psicólogos penetran en este terreno de puntillas. Sin embargo, desde hace mucho tiempo tengo la ambición de emprender una investigación sobre la creatividad».

Así empieza el psicólogo Joy Paul Guilford su conferencia delante de la Asociación Americana de Psicología en 1950. Esta conferencia, titulada «Creativity», marca un hito en la historia del pensamiento creativo.

¿En qué momento comienza el pensamiento creativo?

Si bien el arte rupestre y el descubrimiento de herramientas prehistóricas indican que la creatividad no es reciente, hay que esperar a los albores del siglo XX y los principios de la psicología para que se despierte cierto interés por su estudio. Siglos de genios a raudales, millones de obras eternas y solamente algunas teorías sobre lo que ocurría en la mente de los grandes creadores de la Historia.

Platón, 400 años antes de Cristo, afirma que un poeta solo puede crear lo que le inspiran las musas cuando le hacen una visita, mientras que su discípulo Aristóteles sugiere que la inspiración viene de dentro del individuo y de las asociaciones mentales. Hay que decir que se considera a Aristóteles como el padre de la Lógica.

Más adelante, la cuestión creativa queda algo apartada del Pensamiento pero renacerá con la edad media, época dorada en cuanto a expresión artística, literaria y científica.

Aunque en el siglo XVIII aparecen los primeros debates sobre genio creativo y talento por medio de William Duff (1767), el talante místico de la creatividad está muy arraigado.

Mozart pensaba que Dios le susurraba las notas de su música al oído y, avanzando en el tiempo, Schumann creía que Beethoven y Mendelssohn le dictaban su música desde la tumba.

El poeta William Blake dice: «El Espíritu Santo realiza todas las cosas a través de mí». En cuanto a Rudyard Kipling, el autor de *El libro de la selva*, recibe la visita del «demonio», que se instala en su bolígrafo y le inspira: «My daemon was with me in the Jungle Books [...] When the Daemon is in charge, do not think consciously. Drift, wait, and obey [...]».

A principios del siglo XX, la explicación de cómo llega la inspiración a los artistas deja de ser sobrenatural. El psicólogo T. A. Ribot, en su *Essai sur l'imagination créatrice* (1900), y Wallas, en *The Art of Thought* (1926), estudian el pensamiento creativo desde una perspectiva más racional.

Y la teoría de Freud es que los artistas crean para afirmar sus deseos inconscientes (amor, poder, etc.) gracias a medios culturalmente aceptables como la literatura o el arte.

El francés Alfred Binet (1857-1911), en unos estudios sobre la creación literaria, considera que el pensamiento creativo asociativo forma parte de la inteligencia y que la imaginación es una importante función mental que se debe tener en cuenta. Pero fue realmente Guilford quien demostró, en los numerosos estudios que realizó con su equipo de la Universidad de California del Sur, que la inteligencia se basa en múltiples factores, entre ellos el de creatividad. Por primera vez se menciona el pensamiento creativo como capacidad intelectual.

Otros psicólogos como Torrance (1915-2003) profundizaron en la psique humana y descubrieron los procesos mentales responsables de la inspiración creativa.

### **Por cierto, ¿qué es la creatividad?**

¿Un rasgo de personalidad? ¿Un esquema mental? ¿Una forma de inteligencia?  
¿Una disciplina? ¿Cómo trabajan las mentes creativas?

Existen numerosas definiciones, como la del psicólogo americano Robert Sternberg, que explica la creatividad como la capacidad de realizar un producto nuevo y a la vez adaptado al contexto en el que se manifiesta.

La conclusión a la que llegaron de forma consensuada todos los expertos es parecida a la definición de Sternberg: por una parte, la idea y el producto creativo tienen que ser novedosos u originales; por otra parte, deben ser útiles o adaptativos para, como mínimo, un determinado segmento de la población.

Actualmente la creatividad ha adquirido un valor considerable en todos los ámbitos. Las empresas la sitúan entre las primeras *skills* ('competencias') necesarias para un empleado. Los colegios la introducen en la formación del equipo docente y ciertas terapias la utilizan en sus técnicas.

Las neurociencias han demostrado que la creatividad es una cuestión de conexiones neuronales entre los dos hemisferios, una especie de «diálogo». Aunque el hemisferio derecho del cerebro es el lugar privilegiado de la imaginación y la intuición, la calidad de la comunicación entre las dos partes del cerebro es fundamental. Esta comunicación se hace gracias al cuerpo caloso, el conjunto de fibras nerviosas que conectan el hemisferio derecho y el izquierdo. También se ha descubierto que las partes más involucradas en el pensamiento divergente son los lóbulos frontales, es decir, la parte anterior del cerebro.

Cierto es que la creatividad es como un músculo: cuanto más se desarrolla, más fuerte se hace. Además, ejercitar el pensamiento creativo es divertido e interesante, por lo que solo tiene beneficios.

### ¿Te gustaría hacer una experiencia para valorar tu propia personalidad creativa?

El psiquiatra Jean Cottraux desarrolló una escala de personalidad creativa (2009) que expone en su libro *À chacun sa créativité*.

Para que se tenga una referencia, la escala estudió a ocho personas con un buen nivel de creatividad medida por el éxito universitario y sobre todo por la producción de obras creativas como libros, música o *management* de alto nivel. El resultado medio era de 101,5 (88 a 111). En cambio, el resultado medio de un grupo de veinticinco profesionales de la salud que habían asistido a un seminario de psicología positiva era de 88,7 (67 a 111).

Si tu resultado está por debajo, solo significa que puedes trabajar para subirlo.

### ¿Cómo valoras tu propia personalidad creativa?

Puntúa las afirmaciones siguientes de 1 a 6 y suma los puntos al final de las preguntas. Cuanto más cerca del 6, por supuesto, más elevada es tu tendencia a ser naturalmente creativo/a. Piensa que según lo que te salga, sabrás qué aspecto de tu personalidad te interesa trabajar. ¡Adelante!

1. Siempre busco sensaciones nuevas.

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

2. Siento emociones agradables cuando realizo un nuevo proyecto, aunque sea difícil.

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

3. Soy capaz de organizar o elegir los contextos que corresponden a mis necesidades y a mis valores.

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

4. Necesito realizar todo mi potencial.

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

5. Cuando tengo una idea nueva, necesito realizarla a pesar de los obstáculos.

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

6. Soy capaz de dedicar mucho tiempo a una actividad que me apasiona.

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

7. Paso fácilmente de una idea a otra.

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

8. Pienso que un mismo problema tiene varias soluciones y que vale la pena examinarlas todas.

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

9. No me dan miedo las emociones, sean positivas o negativas.

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|



10. Confío en mis intuiciones.

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

11. Soy independiente.

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

12. Prefiero las conversaciones abiertas antes que las trivialidades tranquilizadoras.

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

13. Evalúo a la gente y las cosas según mis propios criterios.

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

14. Las personas demasiado conformistas me aburren.

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

15. Cuando tengo una idea, examino sistemáticamente la idea opuesta y busco la síntesis de las dos.

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

16. La verdad es pocas veces pura y nunca sencilla.

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

17. Soy capaz de tomar riesgos para vivir a la altura de mis ambiciones.

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

18. Tengo actividades que me apasionan fuera de mi trabajo.

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

19. Muchas veces me consideran una persona original y fuera de normas, pero constructiva.

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

20. Hay que saber tomar tiempo para abrir nuevas perspectivas.

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

- ¿Podrías citar un auténtico experto en creatividad? El mejor.
- ¿Guilford?
- No.
- ¿Edward De Bono?
- Mejor aún.
- ¿Steve Jobs?
- Veo que no sabes responder. El maestro absoluto de la creatividad es... una criatura de cinco años. Cualquier niño o niña de cinco años.

Todos nacemos creativos, aunque no todos sabemos conservar esta facultad a medida que pasan los años. Si no trabajamos, nuestra creatividad disminuye.

En 1986 la NASA encargó al Dr. George Land y a Berth Jarman un estudio que midiera el potencial creativo de sus científicos e ingenieros. El estudio fue satisfactorio y quisieron saber más en cuanto al desarrollo de la creatividad: ¿Se nace creativo/a?

Probaron el test con 1.600 niños y niñas entre los cuatro y los cinco años. Consistía en crear ideas innovadoras para ciertos problemas. El 98 % entraron en la categoría Genios de la imaginación. Asombrados, decidieron realizar el estudio cinco años más tarde. Los sujetos estudiados tenían entonces diez años. Solo un 30 % entró en la categoría de «Genios». Al cabo de cinco años más, había bajado a un 12 %.

Parfraseando a los hermanos Marx en una escena de la película *Sopa de Gansos*, en la que un personaje dice: «Eso lo entendería un niño de cuatro años» y Groucho le contesta: «Traiga a un niño de cuatro años»: si queremos creatividad de alto nivel, ¡pidámosla a un niño de cuatro años!

Sir Ken Robinson, profesor emérito en la Universidad de Warwick, lleva años alertando en ese sentido en sus libros y conferencias: la educación y, concretamente, la escuela hacen menguar nuestro potencial creativo innato. Si bien se puede cuestionar un sistema educativo, cabe resaltar la dedicación de muchos profesores/as que luchan por cambiar la visión de la docencia y aplican en el aula herramientas creativas.

Lo que afirman Ken Robinson, George Land y otros expertos en educación es que la escuela utiliza sobre todo el pensamiento convergente, en detrimento del pensamiento divergente, que es la base del pensamiento creativo.

Los términos *divergente* y *convergente* en el contexto creativo vienen de los estudios de Guilford.

El **pensamiento divergente** es un proceso mental que permite producir numerosas ideas a partir de un estímulo único.

¿Cuándo utilizamos el pensamiento divergente? Cuando partimos de la realidad y generamos alternativas. Consideramos la situación o el problema desde todos los ángulos posibles.

En cambio, el **pensamiento convergente** corresponde al mundo de lo racional, del causa-efecto, del prueba-error. Se piensa secuencialmente.

Nos planteamos si una idea funcionará o no, en vez de preguntarnos cómo nos gustaría que funcionara. Es el mundo de la solución única, de las ecuaciones. Ese pensamiento es el que se utiliza y se valora en los colegios o en la mayoría de ellos. Es el espacio de la filosofía, la ciencia, la matemática.

Sin embargo, no podemos prescindir del pensamiento convergente en el proceso creativo ya que es muy útil y eficiente en el momento de llevar la producción de una idea a la realidad.

Aunque consigamos mantener el pensamiento divergente en un nivel alto, tal como veremos más adelante, no bajemos la guardia: sus enemigos acechan para sabotear nuestra creatividad.

### ¿Has oído hablar del efecto *einstellung*?

*Einstellung* es una palabra alemana que significa 'instalación', 'ajuste'.

En psicología cognitiva el efecto *einstellung* significa la tendencia de la mente a adoptar la solución más habitual, la más conocida, la que funciona seguro, en resumen, la que está «instalada».

Habrás oído cosas como «siempre se ha hecho así» o «más vale malo conocido que bueno por conocer». Esta actitud frente a la vida es anticreativa.

Cuando nos enfrentamos varias veces a un mismo problema, aprendemos a resolverlo de una forma que se convierte en una costumbre. No queremos ver que hay otros métodos, aunque se muestren más eficaces.

El efecto *einstellung* es un fenómeno que podemos encontrar entre los jugadores de ajedrez. A veces utilizan una estrategia arriesgada pero conocida, cuando podrían haber ganado la partida en seguida con un método distinto.

### ¿De dónde viene el efecto *einstellung*?

Entremos un momento en el templo de las matemáticas. Fue Abraham Luchins (1914-2005), uno de los psicólogos fundadores de la terapia Gestalt, quien demostró la existencia de esta tendencia de la mente a utilizar el mismo esquema mental para resolver problemas x. Es la **fórmula de las jarras de Luchins**.

En 1942, Luchins sometió a unos voluntarios a la prueba siguiente:

Cogemos tres jarras vacías, *A*, *B* y *C*, con capacidades para 21, 127 y 3 unidades de líquido, y tenemos que encontrar la manera de medir 100 unidades en cada jarra, transfiriendo el líquido de un recipiente a otro. Cada jarra, llena hasta arriba, se puede vaciar para llenar otra. La condición es que el agua tiene que llegar hasta arriba en cada manipulación.

La solución consiste en llenar la segunda jarra, *B* (de 127 unidades), vaciar luego parte de su contenido en la primera, *A* (de 21 unidades), con lo cual quedará en 106, y llenar dos veces la tercera, *C* (de 3 unidades). De esta forma, en la jarra *B* quedarán exactamente 100 litros de agua. Se trata, en definitiva, de aplicar esta fórmula:  $B - A - 2C$ .

Después, Luchins planteó a los participantes otros problemas parecidos que podían resolverse con esos tres pasos, con jarras de diferentes capacidades.

Pero cuando Luchins les presentó un problema que podía resolverse de forma más sencilla que los anteriores, utilizando solo dos pasos, **los y las participantes prefirieron el método anterior** que ya conocían, aunque fuera más largo y ni siquiera tan eficaz.

Existen otros enemigos de la creatividad, como por ejemplo el **afán de perfeccionismo**.

La Real Academia Española define esta conducta como una 'tendencia a mejorar indefinidamente un trabajo sin decidirse a considerarlo acabado'.

Puedes intentar alcanzar la perfección, pero solo si te queda claro que no existe.

La creatividad se nutre de errores, de intentos y reintentos. Si queremos evitar el error, nos arriesgamos lo menos posible; y si no tomamos riesgos en creatividad, nos quedamos en el terreno de lo obvio y de lo que puede gustar a una mayoría.

El pensamiento creativo necesita probar, experimentar, equivocarse, lo que es difícilmente aceptable para una mente perfeccionista. Cuando el deseo de excelencia se convierte en exigencia permanente, estamos frente a un conflicto interno. Los y las perfeccionistas pierden un tiempo considerable analizando si lo que han creado es adecuado o no. Podría estar mejor, siempre podría estar mejor.

Paul Valéry escribía: «Un artista nunca acaba su obra, la abandona». En cambio, Paul Gardner decía: «Nunca se termina una pintura, simplemente se detiene en momentos interesantes».

Una misma conclusión con dos visiones distintas. ¿Un remedio al perfeccionismo podría ser el aceptar que nunca se termina un trabajo creativo?

Otro problema que encuentran los y las perfeccionistas es la procrastinación, que consiste en aplazar aquel cuadro, aquel libro, aquel proyecto. En la creatividad publicitaria los plazos cortos ayudan a dejar de lado el perfeccionismo. Una campaña no espera a que el equipo creativo esté satisfecho al 100 % de su trabajo.

Muchos artistas se dejan atrapar por el perfeccionismo. Entonces tienen dos opciones: no hacer pública su obra nunca o dejarla volar sin estar totalmente satisfechos. Stanley Kubrik era muy perfeccionista. Un ejemplo es el rodaje de la película *The Shining*, en la que obligó a los actores a repetir 127 veces una escena. ¿La toma 127 fue perfecta? ¿La 126 era peor? Durante el proceso creativo, el camino es una fuente de disfrute y el perfeccionismo puede convertirlo en sufrimiento.

Muchas veces, cuando decimos «no puedo», decimos en realidad que no podemos estar seguros de hacer algo a la perfección. «Mi única política es dar lo mejor de mí todos y cada uno de los días», dijo Abraham Lincoln.

Otro enemigo de la creatividad es el **miedo**. Ya puedes temblar.

El miedo viene del sistema límbico de nuestro cerebro, como todas las emociones. El miedo es necesario porque nos informa sobre los peligros de la vida. Era útil hace millones de años para atacar o huir frente a la amenaza, pero cuando somos nosotros los que creamos la amenaza en nuestra imaginación, el miedo puede bloquear el pensamiento creativo.

¿A qué tenemos miedo cuando se trata de nuestra creatividad? Una lista no exhaustiva podría ser el miedo al ridículo, a la mirada de los demás, al rechazo, a «no conseguirlo», a la crítica, a no gustar a todo el mundo, a no estar a la altura, a sentir soledad o incompreensión, a que nos juzguen, etc. Al buscar la aprobación de los demás, censuramos nuestra originalidad, nuestra intuición y nuestra imaginación. El miedo a equivocarnos es paralizante, preferimos no actuar antes que cometer un error. Sin embargo, la equivocación es una buena escuela. Recuerda que la creatividad se nutre de errores. Si quieres evitar el fracaso, ¡evitarás el éxito! A Beethoven y a Picasso no les importaba la opinión del público. Incluso algunos artistas hacen de la opinión pública negativa un motor para crear.

Ahora que hemos abierto la caja de Pandora, veamos cómo podemos reaccionar frente al miedo: lo mejor es enfrentarnos a él, y para ello hay que empezar por aceptarlo y entender que tiene un origen biológico.

Desde las técnicas más sencillas hasta las terapias más sofisticadas, tenemos a nuestro alcance varias soluciones: las técnicas de respiración profunda y la relajación, además de frenar el miedo, ayudan a la creatividad. La información fluye mejor entre los dos hemisferios del cerebro y se relajan las zonas del límbico. Permiten que nuestro inconsciente deje aflorar imágenes o ideas. La visualización de situaciones de éxito creativo y el *mindfulness*, tan utilizados últimamente en las empresas, son métodos que han demostrado su eficacia. Estas prácticas ayudan a reducir el miedo a nivel neurológico.

### Tu momento creativo

Conoce mejor tu relación con la creatividad:

- Piensa en el último problema que hayas solucionado. ¿Cómo lo hiciste? Piensa en una manera creativa de solucionarlo.
- Pon un temporizador en diez minutos y haz una lista de cosas que harías si no tuvieras que hacerlas a la perfección.
- Pon una música tranquila, coge una hoja, tómate el tiempo que necesites y responde a estas preguntas:
  - ¿Hay algo que te dé miedo cuando piensas en ti como ser creativo?
  - Si es que sí, apunta esos miedos.
  - Cuando termines, imagina que esos miedos los tiene otra persona y te los cuenta. ¿Qué le aconsejarías?

### ¿Qué tendrán en común Steve Jobs, Beethoven, Picasso, Marie Curie, Edward Hopper, Hemingway, Vargas Llosa y Luisa Carnés?

Ciertos rasgos de personalidad. Porque las mentes creativas, además de pensar de forma divergente, suelen tener características psicológicas específicas.

El profesor de psicología Todd Lubart, uno de los pioneros en el estudio científico de los procesos creativos, considera que cada individuo tiene un potencial creativo más o menos elevado y que depende de tres factores:

- **Factores cognitivos basados en los conocimientos y las facultades mentales.** No significa que los conocimientos sean suficientes, aunque son necesarios. Sin embargo, si el conocimiento se convierte en especialización, el riesgo es que nos encerremos en nuestra sabiduría y cortemos las alas al pensamiento divergente. A veces, en las sesiones de *brainstorming*, se convoca a gente que tiene poco que ver con el tema, precisamente para que aporten una «mirada fresca» a la hora de buscar ideas. Conocimiento, *ma non troppo*. En cuanto a la inteligencia, es necesaria, pero eso no supone que una persona muy inteligente sea más creativa.
- **Factores de contexto en el que se mueve la persona**, la influencia de la familia, de los padres y madres, del colegio, de las amistades, etc. Los progenitores muy severos suelen tener una influencia negativa sobre la creatividad de sus hijos e hijas, y los que son demasiado permisivos también. Según Carl Rogers, el contexto familiar tendría que evitar la crítica. En cuanto a la escuela, el perfil del alumnado ideal suele ser obediente, silencioso y seguidor de las normas, poco que ver con el pensamiento divergente.
- **Factores psicológicos**, que dependen de la personalidad del individuo, de su motivación y de sus emociones.

Existen algunos rasgos psicológicos reconocidos por la mayoría de los investigadores como característicos de la personalidad creativa, entre ellos:

1) **La perseverancia.** Ese esfuerzo continuo que nos permite conseguir nuestro objetivo, ese 99 % de «transpiración», como lo describe Edison, es el más importante según el psiquiatra e investigador francés Jean Cottraux. Si Edison no hubiera hecho más de doscientos intentos, no tendríamos hoy la bombilla.

La capacidad para superar las dificultades y los obstáculos durante el trabajo creativo es sin duda un factor muy importante de la creatividad.

«Cada una de las 200 bombillas que no funcionaron me enseñó algo a tener en cuenta para el intento siguiente», Thomas Edison. Y añadió: «No fracasé. Solo tuve 10.000 ideas que no funcionaron».

¿Sabías que la universidad de Zurich rechazó la tesis doctoral de Einstein? Si se hubiera desanimado y, en vez de persistir, hubiera abandonado, ¿existiría la teoría de la relatividad?

2) **La toma de riesgo.** La psicóloga Margaret Clifford, de la Universidad de Iowa, estudió la toma de riesgos entre niños y niñas de diferentes edades. Presentó a unos alumnos varios problemas con distintos grados de dificultad y les pidió que eligieran algunos. Se dio cuenta de que elegían problemas más simples a medida que avanzaban en su escolaridad.

Los niños y las niñas tienen tendencia a escoger problemas inferiores a su capacidad real a medida que van creciendo. Así no se arriesgan a equivocarse y se sienten más seguros. La triste realidad es que su grado de creatividad también va bajando.

Para ser creativo/va es importante tener cierta atracción por el riesgo.

3) **El individualismo.** Se trata de otro rasgo definido por Sternberg y Lubart.

Se refiere a la capacidad de ser y de pensar de forma diferente a la mayoría sin que eso perturbe a la persona. Si buscamos la aprobación de los demás, censuramos nuestra originalidad, nuestra intuición y nuestra imaginación.

La personas creativas individualistas no se preocupan de las corrientes dominantes. El individualismo es una predisposición a defender opiniones no convencionales.



Del individualismo a la insumisión y de la insumisión a la transgresión.

4) **La curiosidad y la apertura a nuevas experiencias.** El refrán «Más vale malo conocido que bueno por conocer» o el miedo a equivocarse no encajan.

La apertura a nuevas situaciones o a nuevas emociones es la base de todas las formas de creatividad.

Las personas creativas suelen demostrar curiosidad frente al mundo exterior. La capacidad de vivir experiencias nuevas sin ansiedad o sin pensar que son potencialmente peligrosas determina también el grado de creatividad de una persona.

5) **La capacidad para jugar.** ¿Cuándo jugaste por última vez? Según Gardner, los grandes creadores presentan aspectos infantiles y, por supuesto, les gusta el juego.

Algunas empresas que necesitan que sus empleados sean muy creativos reservan un espacio para que se sientan libres de jugar. Es el caso de Pixar y de Google. La idea es que jugando se puede llegar a ideas muy creativas. Porque el juego también es exploración e innovación.

#### **Tu momento creativo**

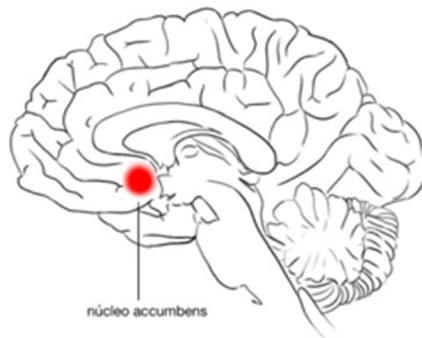
Recupera durante un momento el niño o la niña que eras. Pon una música tranquila que te guste especialmente y haz un poco de introspección:

- ¿Cuál era tu juguete o tu juego favorito en tu infancia? ¿Qué sensación tienes al recordarlo?
- Describe cinco rasgos de ti que te definían cuando tenías seis años.
- ¿Cuándo fue la última vez que jugaste?

6) **La motivación.** Las mentes creativas necesitan una motivación específica.

Tenemos en el cerebro una pequeña zona llamada *núcleo accumbens* que está implicada en funciones como la motivación y la gratificación, nos permite anticipar el premio y nos anima a conseguirlo, en otras palabras, nos motiva.

Cuando el centro de la gratificación (*núcleo accumbens*) entra en funcionamiento, nuestra confianza aumenta y sentimos euforia. La investigadora Shelley Carson, en su libro *Tu cerebro creativo*, hace referencia a unos estudios científicos con ratones que muestran que si se les da a elegir entre estimular el centro de la gratificación y comer, los ratones eligen la estimulación del centro de la gratificación. Se morirían de hambre con tal de obtener ese estímulo.



Existen dos tipos de motivación: la **extrínseca** y la **intrínseca**. La motivación de la creatividad es la segunda.

La motivación extrínseca es la necesidad de reconocimiento, de riqueza, de gloria, de gratificación exterior; en cambio, la motivación intrínseca viene de dentro y está vinculada al placer de crear. La pasión por crear es el mejor y mayor estimulante para la actividad creativa.

La doctora en psicología Teresa Amabile, de Harvard, realizó numerosos estudios en el contexto escolar y en el mundo del arte y sus conclusiones fueron que los individuos que se sienten motivados intrínsecamente rinden de forma más creativa que las personas con el mismo nivel de aptitudes, pero que trabajan a cambio de gratificaciones extrínsecas como premios, fama o dinero.

No piensan en el reconocimiento, ni se preocupan de si las ideas tendrán éxito a corto plazo, sino que la gratificación sale de la actividad en sí. Además, las personas que actúan por motivación intrínseca no ponen límite de esfuerzo ni de tiempo en su trabajo creativo.

7) **El estado de flujo**. No podemos hablar de creatividad y de motivación sin hablar del profesor de psicología checo Mihaly Csikszentmihaly y del concepto de *flow*, traducido en castellano como 'estado de flujo'.

El estado de flujo es un estado de conciencia que el psicólogo define como *experiencia óptima* y que ocurre cuando realizas una actividad en determinadas condiciones: cierto grado de dificultad, una concentración extrema en el momento presente, una sensación de bienestar absoluto, de serenidad y a la vez de autosuperación. Cuando el reto es grande, la sensación de ansiedad que puedes tener al principio se convierte en estimulante, porque sabes que tienes las habilidades requeridas para llevarlo a cabo.

En estado de flujo, el tiempo no existe: estás centrado en el presente. Puedes olvidar que tienes que comer, que sientes cansancio o preocupación y tu motivación no depende de gratificaciones externas como el dinero o el reconocimiento social, sino que es puramente intrínseca.

Como cualquier actividad que suponga un reto y unas habilidades adecuadas puede llevarte al estado de flujo, la sensación de bienestar casi extático descrita por Mihaly Csikszentmihaly se experimenta con intensidad a lo largo del proceso creativo, cuando la concentración es tan imprescindible como inevitable. Escribir una novela, pintar un cuadro, componer música, diseñar un mueble o realizar una película son actividades que hacen perder la noción del tiempo y de la realidad. Crear es entrar en estado de flujo.

### **Tu momento creativo**

¿Has experimentado alguna vez ese estado de flujo? ¿Qué trabajo o actividad podrías realizar para encontrarte en ese estado privilegiado? ¿En qué ámbito? Puede ser un tema artístico, pero también un ámbito en el que quieres aplicar tu creatividad: tu trabajo, tu familia, tu vida social, etc.

- ¿Has creado algo alguna vez que te haya dado una satisfacción especial mientras lo hacías? Puede ser un objeto de arte, una receta de cocina, una reunión de trabajo, una campaña publicitaria, una solución a un problema complejo, un tema familiar, etc.
- ¿Qué te gustaría crear sabiendo que vas a disfrutar mientras lo haces?

Acomódate, pon la música que te gusta y contesta a las preguntas. No hay prisa. Puedes volver a las preguntas cuando quieras, seguramente tus respuestas irán variando.

## 2. ¿A más emociones, más ideas?

En 1996, Jill Adaman y Paul Blaney, de la Universidad de Miami, realizaron un experimento en el que provocaban emociones gracias a unas músicas que las personas escuchaban durante veinte minutos.

Una de las músicas provocaba alegría, otra un estado neutro y la tercera un estado de tristeza. Después de la escucha se planteaba un test de fluidez creativa. La conclusión fue que la creatividad es cualitativamente mejor en estados de alegría y de tristeza que en estados emocionalmente neutros.

Así como la creatividad necesita emociones intensas, un estado emocional intenso puede necesitar la creatividad para regularlo, según las últimas investigaciones en neurología.

Según Marion Botella, doctora en psicología en LATI, en el Instituto de Psicología de la Universidad Descartes en París, esa regulación emocional funciona según el principio de homeostasia, que asegura el equilibrio bioquímico en el organismo, como el hecho de buscar comida cuando tenemos hambre o seguridad cuando tenemos miedo.

El acto creativo podría haber jugado un papel reparador del estado de ánimo en artistas como Chopin o Van Gogh y en otros artistas que sufrieron varias formas de depresión.

Otra conclusión interesante a la que llegaron Suzanne Vosburg, de la Universidad de Bergen, y Geir Kaufmann, de la Universidad de Oslo, en Noruega, es que las emociones positivas aumentan la cantidad de ideas y las negativas aumentan su calidad.

En el caso de emociones positivas, S. Vosburg y G. Kaufmann apuntan que ponen a la persona en una situación satisfactoria sin necesidad de producir un esfuerzo para cambiarla, favorecen la fluidez y la flexibilidad de las ideas.

En cambio, las emociones negativas favorecen la originalidad porque la persona está más fácilmente insatisfecha, por lo tanto, es más exigente.

Sin embargo, las emociones positivas permiten que afloren recuerdos e imágenes agradables que, combinadas con ideas, pueden desembocar en propuestas creativas.

En 1997, Todd Lubart, de la Universidad París-Descartes en París, e Isaac Getz, de la Escuela Superior de Comercio de París, descubrieron que cuando un concepto emerge, activa la emoción que le corresponde.

Imaginemos que mientras un pintor está frente a su lienzo, pasa una corriente de aire en el taller activando el concepto «brisa». Para él, la idea de brisa queda asociada a un estado emocional de bienestar. El perfil emocional se propaga en su memoria y se activan otros conceptos, como recuerdos de siesta en vacaciones. Ahí está la inspiración. Lubart y Getz hablan entonces de *resonancia emocional*.

Por lo tanto, el poder creativo de las emociones pasa por la memoria, reactiva recuerdos asociados a una emoción determinada y provoca otros recuerdos.

Por supuesto, las emociones en sí no son suficientes para producir ideas. Percibir las, identificarlas y ser capaz de expresarlas es lo más importante, como lo demostraron Jennifer George y Jing Zhou, de la Universidad Rice, en Texas, en un estudio de 2002.

Es lo que llamamos desde el siglo XX la **inteligencia emocional**.

### **Tu momento creativo**

Experimenta con tu creatividad a partir de tus emociones.

- Pon una música alegre. Al cabo de unas horas, toma conciencia de las ideas o pensamientos que te han venido.
- Otro día, haz lo mismo con una música triste.

¿Notas una diferencia entre los dos días?

