
Dime cómo creas y te diré...

PID_00272505

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, mecánico, óptico, grabación, fotocopia, o cualquier otro, sin la previa autorización escrita del titular de los derechos.

Índice

1. Dime cómo creas y te diré.....	5
2. Elige tu camino.....	7
2.1. Tipos de creatividad	7
2.2. CREATES	8
2.3. El proceso creativo	9
3. Tu plan de acción creativa.....	13
4. ¿Tienes intuición?.....	15
5. I have a dream.....	16
6. No hacer nada es hacer mucho.....	17

1. Dime cómo creas y te diré...

No, no te diré quién eres.

Porque cada cual tiene su método y su forma intuitiva de hacer funcionar sus redes neuronales creativas, como veremos más adelante.

Quizás una de las formas de potenciar tu creatividad es hacer caso de la inscripción que se encontraba en el templo de Apolo en Delfos:

«Conócete a ti mismo».

Porque solo tú sabes qué estado, qué momentos, incluso qué personas pueden hacer surgir ideas de tu consciencia y de tu subconsciente.

Según Arne Dietrich, profesor de psicología en la American University of Beirut y autor del libro *How Creativity Happens in Brain*, existen diferentes tipos de creatividad.

Algunos están relacionados con el conocimiento y la memoria y otros con aspectos cognitivos, intencionados o no, dependiendo de la disciplina de la persona: danza, arquitectura, ingeniería, ciencias, pintura, escritura, etc.

Según él, la creatividad sigue un camino espontáneo o un camino deliberado y puede basarse en lo cognitivo o en lo emocional.

El **camino deliberado** es intencionado y secuencial, construye paso a paso el proceso creativo, como Juan Sebastián Bach cuando componía su música, que utilizaba procesos matemáticos para escribir sus fugas jugando con la simetría.

«La música es un ejercicio escondido de aritmética, la mente no es consciente de qué está contando».

Leibniz (1712)

Otras formas de creatividad siguen un **camino espontáneo**; son sorprendentes incluso para el propio creador. Brotan del subconsciente, como se supone que le pasaba a Mozart. En casos extremos, la persona tiene la sensación de que algo o alguien ha entrado en su cerebro.

Robert Schuman afirmaba que Beethoven y Mendelssohn le dictaban su música «desde la tumba».

En cuanto a John Forbes Nash, Premio Nobel de Matemáticas, creía que los alienígenas lo habían reclutado para salvar el mundo, como explica Sylvia Nasar en su biografía *Una mente maravillosa* (la película basada en el libro obtuvo cuatro óscar).

Como relata Shelley Carson en *Tu cerebro creativo*, cuando le preguntaron a Nash, al que habían diagnosticado una esquizofrenia paranoica, por qué tenía aquella fantasía, respondió: «porque las ideas que tenía sobre seres sobrenaturales me llegaron del mismo modo que mis ideas matemáticas».

2. Elige tu camino

2.1. Tipos de creatividad

En 2004, basándose en sus estudios, Arne Dietrich identificó cuatro tipos de creatividad que corresponden a una actividad cerebral distinta:

1) Tipo cognitivo-deliberado

Implica la corteza prefrontal. Nos permite concentrarnos y crear conexiones entre las informaciones guardadas en otros lugares del cerebro.

Necesita un trabajo constante y mucha disciplina.

Thomas Edison, que solía hacer múltiples pruebas antes de llegar a un invento, dijo: «No fracasé. Solo encontré 10.000 maneras de crear una bombilla que no funcionaron». El paradigma de la fluidez.

2) Tipo emocional-deliberado

También implica la corteza prefrontal, pero, en lugar de utilizar los conocimientos, ayuda a dominar las emociones básicas, como el miedo o la ira, y a cambiar algunos comportamientos.

Podemos recurrir a este tipo de creatividad después de una crisis personal como una pérdida de empleo o un divorcio. A veces cambia la vida de la persona.

3) Tipo cognitivo-espontáneo

Este tipo de creatividad involucra los ganglios de la base del cerebro, que son importantes para el trabajo de nuestro inconsciente. Ahí se encuentra la dopamina, una hormona esencial para la motivación.

Cuando intentamos trabajar mucho tiempo en un problema sin encontrar solución, nos encallamos. De repente, mientras hacemos otra cosa, surge el momento eureka o momento «Ajá».

4) Tipo emocional-espontáneo

La amígdala, lugar de las emociones en el cerebro, es la parte implicada en este tipo de creatividad. No se necesitan conocimientos especiales.

Es el tipo de creatividad más identificado en los músicos de jazz.

En general, no utilizamos un tipo en particular, sino que actuamos creativamente combinando los cuatro tipos.

Otra aportación de Arne Dietrich a la personalidad creativa es la **obsesión**, que considera la principal característica de las mentes creativas.

Aunque parece el título de una película de Hitchcock, «obsesión» es algo que los creativos por encargo, como los publicitarios, conocen bien. Si no te obsesiona una campaña, difícilmente llegas a tiempo al plazo previsto.

2.2. CREATES

Después de años de investigación, la doctora en Psicología Shelley Carson, de la Universidad de Harvard, creó el modelo CREATES de actitudes cerebrales, en 2011, destinado a «mejorar la creatividad y la productividad». Según Carson, cada estado cerebral tiene la capacidad de influenciar la forma de pensar de cada uno, de enfocar los problemas y de percibir el mundo.

Como explica en su libro *Tu cerebro creativo*, el modelo CREATES, basado en los últimos descubrimientos en neurociencias, es un acrónimo de *connect, reason, envision, absorb, transform, evaluate and stream* ('conexión, razonamiento, visualización, absorción, transformación, evaluación y fluidez' en castellano).

1) Actitud cerebral de CONEXIÓN

Al acceder a este estado cerebral, podemos generar multitud de soluciones a un problema. Es una de las características del pensamiento divergente, llamada fluidez.

2) Actitud cerebral de RAZONAMIENTO

Es la actitud que permite establecer objetivos, razonar de forma abstracta y tomar decisiones.

3) Actitud cerebral de VISUALIZACIÓN

Pensamos visualmente más que verbalmente. Trabajamos sobre todo con nuestra imaginación y se nos ocurren imágenes mentales. «Vemos» analogías entre conceptos distintos, creamos metáforas.

4) Actitud cerebral de ABSORCIÓN

«Absorbemos» conocimientos con la mente abierta a nuevas ideas. Todo nos llama la atención.

5) Actitud cerebral de TRANSFORMACIÓN

Es un estado de insatisfacción. Nos permite «transformar nuestra energía negativa en obras de arte». Ya hemos visto cómo las emociones negativas influyen en el producto creativo.

6) Actitud cerebral de EVALUACIÓN

Nos permite juzgar conscientemente «el valor de ideas, conceptos, productos, conductas o individuos».

7) Actitud cerebral de FLUIDEZ

Es la actitud que permite la improvisación, como en las Jam Sessions de jazz, la escritura de ficción, el arte o el proceso paso a paso del descubrimiento científico. Es parecido al **estado de flujo** descrito por Mihaly Csikstenmihalyi.

2.3. El proceso creativo

Los últimos descubrimientos en neurociencias han permitido identificar las zonas del cerebro involucradas en el pensamiento creativo, pero los trabajos sobre el proceso creativo empezaron mucho antes con el matemático Henri Poincaré, a finales del siglo XIX. Estos trabajos inspiraron a Graham Wallas (1858-1932), el politólogo británico que tenía más fe en la psicología social que en las instituciones.

Wallas abordó el tema en el *Arte del Pensamiento* (1929) y planteó cuatro fases que fueron corroboradas más adelante por diferentes investigadores en creatividad como James Webb Young (1886-1973), que fue un gran creativo de la agencia de publicidad Walter Thompson.

Es un proceso interesante de estudiar, incluso de practicar, si se deja que se entrecrucen las fases. No obstante, la primera fase es difícilmente sustituible.

1) Preparación

Durante la fase de preparación, se plantea el problema y se procede a la recopilación de información sobre el tema que hay que resolver: localizamos el objetivo, hacemos una inmersión en el problema considerando todos sus aspectos, le damos vueltas y lo desmenuzamos. Hay que conseguir un máximo de datos y adquirir todo el conocimiento posible sobre el tema que se va a tratar.

«La formulación de un problema suele ser más esencial que su solución».

Albert Einstein

Los grandes descubrimientos científicos se deben a veces a la suerte, a la intuición, pero todos vienen de una larga preparación.

James Webb Young habla de *materia prima* refiriéndose a las facultades mentales necesarias para esa fase:

«Todas las personas creativas que he conocido tienen dos características notables:

- a) No hay ningún tema que no les despierte curiosidad.
- b) Son grandes navegantes por todos los campos de información posible».

2) Incubación

¡STOP!

Paramos. En esta fase todos los estudiosos del pensamiento creativo coinciden en que hay que detener en algún momento el proceso de información. Se trata de aparcar el problema en un rincón del cerebro y de no hacer nada con respecto al tema que hay que tratar.

Podemos hacer otras cosas con nuestra parte consciente mientras el subconsciente va trabajando. Actividades como escuchar música, ir al teatro o al cine y leer estimulan la imaginación, por lo que las emociones son muy productivas en esta fase.

También podemos dejar la mente relajarse sin pedirle una actividad determinada y dejar que el cerebro trabaje, tal como veremos más adelante.

3) Iluminación

En esta fase la solución sale del subconsciente. De repente tenemos una revelación, es el efecto eureka o momento «Ajá», que llega cuando menos te lo esperas, como le pasó a Arquímedes.

¿Conoces la leyenda?

El rey Hierón había encargado a Arquímedes el cálculo del peso en oro de su corona porque pensaba que le habían engañado y que le habían colocado otro metal pesado. Arquímedes estuvo trabajando día y noche en ello y para descansar se fue a los baños de la ciudad.

Cuando se sumergió, se dio cuenta de que el agua se desplazaba hacia el exterior de la bañera. Percibió que se podía calcular el peso de un objeto irregular midiendo la cantidad de agua y aplicó eso al oro de la corona. La historia dice que corría (desnudo) por las calles de Atenas gritando «¡Eureka!».

De ahí su célebre principio: «Un cuerpo total o parcialmente sumergido en un fluido en reposo experimenta un empuje vertical y hacia arriba igual al peso del volumen del fluido que desaloja».

Volviendo a nuestra época –mucho más prosaica– hablamos de las tres B –*bed* ('cama'), *bath* ('baño'), *bus* ('bus')– para designar lugares improbables donde puede surgir el momento «Ajá».

Esta fase de iluminación es tan especial que algunos creadores pensaban que les llegaban las musas de la inspiración. ¿Te acuerdas de Rudyard Kipling, el creador de *El libro de la selva*, que estaba convencido de que un *djinn* venía a contarle la historia de su novela mientras dormía?

4) Verificación

Ya tenemos nuestra idea creativa.

Ahora la idea aterriza en la realidad: «El amanecer frío y gris del día siguiente», como decía Young. ¿Podrá competir con otras ideas?

Comienza la tarea de evaluación y de desarrollo. Como dice De Bono:

«El procedimiento no forma parte del pensamiento creativo, sino de la capacidad de juzgar y de tomar decisiones de un individuo o de una organización».

¿Vale la pena seguir adelante con la idea?

Si la respuesta es **sí**, empieza la fase de desarrollo, de retoques para que nuestro producto esté acabado: las últimas notas de música, la pincelada final, las palabras que mejor se adaptan a la trama del relato.

Si la respuesta es **no**, se puede volver a la fase de incubación donde a veces espera alguna otra idea.

Ya podemos elaborar la idea, hacerla concreta. Interviene aquí el pensamiento convergente. Una vez llega la idea a su público, una vez la hemos implementado, entonces podemos hablar de producto creativo.

Es importante resaltar que estas fases se pueden entrecruzar o puede haber un momento de «masticación», como apuntaba Young, por lo que tenemos la posibilidad de manipular, experimentar, generar primeras ideas, buscar alternativas de forma consciente.

«Plantear nuevas preguntas, nuevas posibilidades, considerar los antiguos problemas desde un nuevo ángulo... es lo que marca los verdaderos avances de la ciencia».

Albert Einstein.

Tu momento creativo**1. Y a ti, ¿qué o quién te inspira?**

Dedica unos quince minutos a pensar en ello y a escribir aquello que te hace sentir creativo/a cuando estás cerca.

2. ¿En qué momentos y en qué lugares te vienen las ideas?

Dedica unos quince minutos a identificar esos espacios y a escribir las características de esos momentos.

Recuerda que así te será más fácil crear el contexto ideal para tu creatividad.

3. Piensa en las personas que consideras creativas. Identifica un problema que quieras resolver y pregúntate cómo lo harían ellas. ¿Qué ideas te salen?

3. Tu plan de acción creativa

Si te has saturado/a de teoría, este es tu momento.

Ya es hora de personalizar tu plan de acción.

Vas a encontrar en estas líneas unos hábitos y prácticas para potenciar tu creatividad y tú elegirás los que te convienen en función de tu personalidad, de tus objetivos, del tiempo del que dispones, pero... ¡cuidado! ¡Nada de elegir lo más fácil!

Es más, para cada técnica puedes buscar alternativas, tus propias alternativas.

- Despiértate como mínimo media hora antes para escribir. Es lo que la experta en creatividad **Julia Cameron** llama *las páginas de la mañana*. Tres páginas escritas a mano –muy importante, a mano– con lo que salga de tu mente. Sin pensar ni releerlo ni corregirlo. No se trata de que quede bonito.
- Cambia como mínimo tres costumbres al día: si tomas café, bebe té; si ves la televisión antes de dormir, apágala y lee. Tú eliges el hábito que quieres cambiar.
- Muévete: baila, corre, camina, nada, pero muévete.
- Haz fotos. Recuerda que la mejor máquina de hacer fotos es la que tienes a mano. Y si es tu *smartphone*, ¡bienvenido sea!
- Dedica cada día un momento a una técnica de Edward De Bono: la provocación, el azar, el cuestionamiento, las analogías, etc. Trabaja un problema que tengas con uno de sus métodos y cámbialo cada semana. Cuenta tu experiencia a alguien de tu entorno o escríbela. Construye un diario de tus logros creativos; si eres consciente de ellos, sabrás qué técnicas son realmente para ti.
- Cada día coge un objeto neutro, como unos vasos de plástico blanco, o lo que se te ocurra, y dedica cinco minutos a pensar qué puedes hacer con ellos. Lo principal es no censurar ninguna idea por extravagante que sea. Todo vale. Los primeros días te será fácil, pero al cabo de un tiempo ¿qué crees que pasará? ¿Que ya no sabrás qué hacer con los vasos? Verás cómo sí. Porque tu músculo creativo se habrá desarrollado.
- Escribe textos con varios estilos: dramático, cómico, vendedor, a la manera de García Márquez, etc. Lo importante es que escribas cada día. En la novela *4 3 2 1* de Paul Auster, el protagonista escribe un cuento sorprendente sobre un par de zapatos. ¡Atrévete!

Shelley Carson, en su libro *Tu cerebro creativo*, da muchos consejos para generar el clima adecuado para la creación. Por ejemplo:

- Incrementa tu exposición al trabajo creativo. Visita galerías de arte, ve a conciertos, lee libros de todo tipo (novela, poesía, clásicos, autoayuda), ve cine, ópera, teatro; todo lo que sea acercarte al trabajo de profesionales de la creatividad.
- Visita una vez a la semana una juguetería, una librería, una galería de arte.
- Resérvate unos momentos de soledad para pensar y conectar hechos de la jornada o del día anterior.
- Pasa tiempo en espacios naturales (playa, parque, campo) y mira las estrellas por la noche; te ayudará a liberar endorfinas, importantes para tu creatividad.
- Rodéate de personas creativas. Únete a grupos de música, de teatro o de cualquier actividad creativa, y si no, ¡créalos!
- Fomenta la actitud creativa con niños o los otros miembros de tu entorno. Tienen que verte pintar, leer o escribir para crear un contexto propicio.
- Felicita a los miembros de tu familia cuando piensan *out of the box*, dales libertad para fracasar sin miedo al ridículo y no evalúes las ideas de forma prematura.
- Observa, observa y observa otra vez. Sigue el consejo de Dewitt Jones, fotógrafo de National Geographic: «Observa lo ordinario para descubrir lo extraordinario».

Aprovecha cualquier momento para ejercer tu músculo creativo.

También puedes utilizar las **técnicas intuitivas**, como dice Michael Michalko en su libro *Thinkertoys*, conectando con tu inconsciente. Se trata de tener el convencimiento de que la respuesta a un problema está esperándote en tu inconsciente. Practica la relajación, la autohipnosis. Puedes encontrar tutoriales en internet para ayudarte a relajar o a hacer *mindfulness*.

4. ¿Tienes intuición?

Las empresas dan cada vez más importancia a este talento.

El doctor Michael Ray, profesor de Creatividad e innovación en la Universidad de Stanford, afirma que nuestro potencial creativo solo puede desarrollarse si le añadimos nuestra intuición. El curso que impartió durante veinticinco años, *Personal Creativity in Business*, como parte del programa de MBA de Stanford, conoció un éxito considerable.

Ray apunta cinco verdades que suelen sorprender a los estudiantes:

- 1) La intuición se tiene que aceptar, desarrollar y tenemos que aprender a escucharla, de esta forma es a nosotros a quien escuchamos.
- 2) La intuición nos permite acceder a una información que el pensamiento racional no nos autoriza; sin embargo, es el pensamiento lo que nos permite optimizar nuestra intuición.
- 3) La intuición no es emocional, al contrario, ciertas emociones como el miedo impiden que accedamos a nuestra intuición. Por eso es mejor estar en un estado de calma emocional para escuchar nuestra intuición.
- 4) La intuición necesita acción, si no, se pierde. Sería como un regalo que no abres.
- 5) La intuición siempre es justa. Si no, no es una intuición. Confiar en tu intuición es el primer paso.

Para la neuróloga **Régine Zékri-Hurstel**, se trata en gran parte de datos sensoriales captados por el cerebro, pero que no llegan a la consciencia. Cuanto más receptivo/a seas a tus sensaciones y a tus emociones, más intuitivo/a serás.

Einstein definía la intuición como una «sensación en la punta de los dedos» (*fingerspitzengefühl*).

5. I have a dream...

Una noche de noviembre de 1619, René Descartes tuvo tres sueños que registró en un diario y que le inspiraron un nuevo sistema de pensamiento. Como dice Michalko en *Thinkertoys*:

«Los sueños de esa noche cambiaron el curso de la ciencia y de la civilización occidental».

El investigador y profesor británico Richard Wiseman, de la Universidad de Hertfordshire en el Reino Unido, explica en su libro *Escuela nocturna* que encontramos la resolución de los problemas mediante los sueños.

Numerosos grandes creadores soñaron con sus obras antes de realizarlas. Robert Louis Stevenson soñaba sus novelas antes de escribirlas.

Por la noche fabricamos un material muy útil. *Con la Interpretación de los sueños*, Freud ya nos explicó que podíamos aprender a conocer nuestro subconsciente. Ahora sabemos que gracias a él somos capaces de resolver nuestros problemas con soluciones más creativas.

No es necesario dormir para soñar. Podemos soñar despiertos.

La mayoría de las personas pasa una tercera parte de su tiempo dejando fluir su pensamiento en momentos de ensoñación. A veces aparecen intuiciones creativas, como si las ideas estuvieran «esperando» su momento, según el psicólogo Jonathan Schooler, de la Universidad de California en Santa Bárbara.

Dalí tenía la costumbre de sentarse después de comer con una cuchara en la mano y un plato en el suelo. Cuando se quedaba dormido, dejaba caer la cuchara y el sonido en el plato le despertaba.

Este sistema le permitía pasar del sueño a la vigilia, dejando escapar de su subconsciente imágenes oníricas que utilizaba en su arte.

6. No hacer nada es hacer mucho

- ¿En qué estás pensando?

- En nada.

- ¿Se puede pensar en nada?

La respuesta es sí.

Cuando no pensamos en nada, se activa nuestro cerebro. Es lo que los expertos en neurociencias llaman *default mode network* (DMN) o Red por Defecto. Este estado tiene un papel fundamental para la estructuración de pensamientos, la imaginación y la memorización.

El doctor en neurología Riadh Lebib, profesor en la Washington University School of Medicine, afirma:

«El cerebro es una máquina compleja, que funciona por redes, con estratos que comunican permanentemente entre sí, y que no para nunca».

Los últimos descubrimientos demuestran que los momentos de «descanso» cerebral son productivos y que ese estado permite potenciar la creatividad.

El neurólogo Marcus Raichle descubrió la Red por Defecto o DMN, después de cuarenta años de investigación en el cerebro con la última tecnología en imagen.

Se dio cuenta de que la actividad de algunas áreas cerebrales disminuía cuando la persona realizaba una tarea; en cambio, cuando la persona ya había terminado la tarea, la actividad cerebral aumentaba.

En otras palabras, el descanso parecía provocar un mayor consumo de glucosa, energía y oxígeno que cuando realizaba una tarea concreta.

Las zonas cerebrales implicadas son las responsables de la asociación entre recuerdos y emociones, así como la toma de decisiones y la estimación de probabilidades.

Para Raichle, se trata de una función base que empieza cuando la persona deja su cerebro funcionar libremente sin focalizar su atención.

Muchas personas llevan años sintiéndose culpables por no hacer nada, simplemente relajarse. ¿La pereza rehabilitada? Lo que siempre se ha considerado un defecto empieza a salir de la oscuridad.

No se trata de pasarse la vida en el sofá, lo importante es alternar una tarea con pausas.

Wallas demostró una extraordinaria intuición cuando situó la fase de incubación entre la preparación, en la que el cerebro se activa investigando y recibiendo información, y la iluminación.

Después de un momento de desconexión de una tarea, la persona tiene incluso «juicios más apropiados», como dice Riadh Lebib. Y añade:

«Desfocalizar la atención para dedicarse a una actividad ligera y sin consecuencia permite volver luego con una visión nueva de las cosas, con la mente más abierta [...]. Además de restaurar sus capacidades cognitivas, las pausas intercaladas entre las tareas permiten desencadenar el Modo por Defecto sin que los interesados se den cuenta. Tienen entonces juicios más apropiados».

Algunas de las propuestas mencionadas anteriormente se basan en esos momentos de desconexión.

¿Cómo puedes sacar provecho de tu propio **modo por defecto**?

Cuando te llegue una idea sin forzosamente estar buscándola, fíjate en el momento en el que estás, dónde, con quién, y apúntalo. Puede que hayas descubierto tu propio modo de funcionamiento creativo.