

CONVERSANDO CON ROBERT J. STERNBERG SOBRE CREATIVIDAD

Saturnino de la Torre

Catedrático de Didáctica en la Universidad de Barcelona

En Torre S. y Violant, V. (2003) *Creatividad aplicada*. Barcelona: PPU/Autores

Robert Sternberg, es uno de los estudiosos de la creatividad más relevantes en nuestros días. Una persona accesible, cordial, colaborativa, con sentido del humor, de amplia y franca sonrisa, de ademán abierto y mirada inteligente. Un investigador que integra el saber reflexivo y la actitud creativa. Su aceptable dominio del castellano facilita el diálogo a quien le entrevista. Ante la propuesta de hacerle una entrevista, una vez terminado el Congreso de Creatividad y Sociedad, no puso inconvenientes, por más que fuera el momento de acostumbrado descanso en la cultura mediterránea. Estuvo a nuestra disposición sin condiciones, y ese gesto es el mejor aval de una decisión creativa. La verdad que más que una entrevista formal, fue una conversación. La novedad e interés de cuanto dijo bien merece una lectura cuidada. Es el germen de muchas ideas.

E- *¿Qué impresión tuvo respecto al Congreso de Creatividad y Sociedad?*

RS- Quedé gratamente sorprendido. La decisión de realizar encuentros como este debiera fomentarse con frecuencia, pues permite abordar la creatividad desde ámbitos científicos y profesionales diferentes. Eso enriquece la perspectiva y la aplicación. Por otra parte me sentí cómodo con el auditorio. Percibí interés, sintonía, un clima muy agradable.

E- *Sí, eso mismo percibí yo. Que asentían a sus planteamientos y gozaban escuchándole, riendo algunas anécdotas y gestos provocadores. Una conferencia instructiva tanto por el contenido como por la forma. La verdad es que había mucha expectación y tanto el contenido de su conferencia como el modo de hacerla llegar eran gratificantes. Quisiera preguntarle por la dimensión social de la creatividad. El mensaje principal de este congreso es que la creatividad trasciende lo individual al igual que lo trasciende la educación. Son conceptos que tienen un claro componente social. ¿Qué opina?*

RS.- Así es. La creatividad tiene un componente personal, que yo cifro en la toma de decisiones, pero también existe una lectura sociocultural. Son estas influencias las que van conformando el modo de ser, pensar y decidir sobre lo que nos sucede en la vida. La creatividad es social en un doble sentido, por cuanto recibe influencias del medio social y cultural, de ambientes y entornos cercanos. Pero al tiempo influye sobre ellos modificando, transformándolos. Pero es importante conocer que no todas las personas son igualmente creativas, por cuanto existen distintos niveles de decisión. En este juego de la inversión, unos arriesgan más y otros menos.

E.- *Me parece muy interesante esa aportación. ¿Qué piensa de los niveles de creatividad de I. Taylor? Podemos hablar de un gradiente en las manifestaciones creativas? Sé que usted habla de unos tipos. ¿Cuáles serían?*

RS.- La persona creativa es aquella que se arriesga, que se compromete, que decide buscar ideas, formas y propuestas nuevas; en cierto modo desafía a la muchedumbre, a

lo establecido. Es por ello que digo que es una decisión, porque no todos se arriesgan a transgredir lo que está establecido en el campo de conocimiento o de la vida. No estoy hablando de ser extravagante sino de tomar decisiones razonablemente justificadas. Yo propongo ocho tipos o caras, ocho formas diferentes de ser creativo.

La réplica. Sería el nivel de decisión más elemental, por cuanto se reduce a replicar una obra, idea o proyecto. Digo que replica, no que copia ni repite. En estos no hay riesgo significativo.

La redefinición o replanteamiento del problema, proyecto o idea. Requiere mayor originalidad y decisión que la réplica, atreviéndose a reformular cuestiones o ideas que no satisfacen.

Incrementación progresiva comporta una aportación apreciada, con la ventaja de que no representa una amenaza a lo ya conseguido. Un ejemplo de este tipo son las mejoras que se realizan a creaciones o inventos. Un automóvil lleva cientos de pequeñas mejoras incrementativas.

Incremento de muchos pasos representa un salto importante requiriendo una preparación que no todos tienen. Son ideas compatibles con otras aunque pueden llegar a representar incomodidad o amenaza por cuanto van más allá de lo conocido.

Redirección de ideas en otro sentido distinto al usual o conocido. Este tipo de creatividad desafía a la población o comunidad. Es comprar a la baja y vender al alza. Por ello afirmo que genera oposición e implica desafíos.

Redirección del pasado, cuando a partir de determinadas ideas potentes, como las de Freud, Marx, Picasso, Einstein, etc.. se encuentran nuevos sentidos, interpretaciones o aplicaciones a las mismas.

Reiniciación, es un nivel que aporta ideas muy nuevas, fruto de sumamente creativas. En el diccionario de personalidades está lleno de personas que alcanzaron un alto grado de creatividad, porque también se arriesgaron mucho.

Síntesis, es la manifestación más alta de la creatividad. Se da sentido integrador a ideas vistas como incompatibles. Existe una estrecha relación entre persona y cultura mediada por las variaciones culturales.

E.- Una propuesta realmente interesante para acotar el concepto de creatividad en función de sus manifestaciones. Los gradientes no solo nos ayudan a comprender sino que nos proporcionan una dirección para estimular la creatividad.

RS.- Sí, así es, pero mi pretensión no es tanto la de establecer niveles o rangos acotados, sino que cada uno de ellos posee rasgos de los anteriores. Es una tipología cualitativa.

E.- Uno de mis intereses es explorar la creatividad más allá de la persona: en el clima, en el liderazgo y en las organizaciones. ¿Qué puede decirme al respecto?.

RS.- Las organizaciones trabajan la creatividad desde el supuesto de que los grupos son más potentes para generar ideas que el individuo aisladamente. Y así lo pienso yo también. El trabajo en equipo favorece la creatividad siempre que exista una meta compartida. El clima es determinante cuando el grupo ve valor en las ideas que se presentan. Respecto al liderazgo, lo concibo como un proceso bidireccional. Las ideas fluyen en ambas direcciones y se refuerzan unas con otras. El líder influye en las personas con las que se relaciona, pero también estas influyen en quien las dirige. El líder creativo no es el que tiene un potencial superior a otros, sino el que es receptivo a las ideas de los otros. El que tiene un poder de síntesis y lo revierte a los otros en proyectos compartidos.

E.- *Me encanta oírle hablar en este sentido. Me hace pensar en una visión psicosocial de la creatividad en la que persona y grupo se complementan, se precisan, hacen posible el desarrollo mutuo. Pensamiento y sentimiento, sabiduría y emoción se funden en la acción. Yo vengo utilizando el término “sentipensar” como expresión de esa fusión de procesos que durante mucho tiempo hemos imaginado enfrentados, pero que vemos se abrazan en la acción. Esa doble dirección muestra que la realidad, sea creativa o no, se va construyendo gracias a la interacción.*

RS.- (...) Cada persona tiene su propio sistema de comprender y explicar cuanto sucede. Yo tengo el mío, genero mis propias teorías. Es un sistema que funciona bien para mí. Cada persona tiene el suyo. Actúa como una metacognición, mediante la cual analizamos el funcionamiento de nuestro sistema de construcción del conocimiento. Lo que yo hago con mis estudiantes no es crear seguidores o clones, sino crear para cada persona su espacio, es decir, algo que la persona ama, porque todo el mundo sabe, y las investigaciones lo demuestran, que una persona es más creativa en las áreas que más le gustan. Por eso en mis grupos, cada persona hace lo que más le gusta.

Sus planteamientos me sugieren múltiples ideas. Esa es la diferencia a juicio entre un profesor y un profesor pensador. Que este genera en sus alumnos pensamientos, inquietudes, significados nuevos sobre el mundo. Ahora pensaba en un tema que he venido trabajando hace años, en la utilización de los fracasos, de los errores, de las crisis y conflictos, de esas situaciones indeseables, negativas, pero que encierran potenciales creativos. ¿Hay alguna teoría que explique estas compensaciones?, ¿Cómo transformar una situación negativa en la vida en parte del éxito, en aliciente creativo?.

RS.- Hay una expresión en inglés que dice “convertir el limón en limonada”. Es tomar una experiencia negativa y tratar de transformarla en muchas experiencias. En mi vida personal he tenido malas experiencias, todo el mundo ha tenido alguna vez experiencias negativas, pero es posible transformar las experiencias negativas en oportunidades para desarrollarse y aprender. Yo creo que un papel importante del líder no sólo es generar ideas, sino también crear una atmósfera positiva para la generación de ideas por parte de los miembros grupo. Otro papel importante es crear una atmósfera en la cual las personas pueden reconocer y capitalizar sus fortalezas. A veces se piensa que la inteligencia es en una sola cosa, pero la inteligencia son muchas cosas.

Cada persona tiene fortalezas, potencialidades diferentes. Un buen consejero, un buen jefe, un buen profesor, trata de ayudar a sus empleados o alumnos a descubrir y capitalizar sus fortalezas y simultáneamente a reconocer, corregir o compensar sus debilidades. Porque todo el mundo también tiene debilidades y carencias. Es ilusorio pensar que hay personas buenas en todo. No existen, todo el mundo tiene debilidades y carencias. También Einstein y Picasso. Por eso precisamos desarrollar un sistema que nos permita reconocer aquellas cosas con las que podemos contribuir a los demás. Por ejemplo, muchas veces la gente se pregunta ¿No ha hecho investigaciones biológicas porque no valora la contribución de la Biología? Y yo digo: no, es eso, sino que, por lo menos en este momento, mi contribución está en otro lugar. No es que no valore ese tipo de contribución, sino que cada persona necesita descubrir dónde está, qué es lo que puede aportar en un momento dado. Puede hacer aportaciones y al tiempo que reconocer sus debilidades. Hay algunas cosas que yo no hago bien, pero la ventaja de nuestro enfoque sobre los equipos es que cada miembro del equipo puede hacer alguna cosa mejor que

yo, y funcionando como un equipo, naturalmente si la atmósfera es positiva, otras personas compensan mis carencias y yo compenso las suyas, al tiempo que todos podemos capitalizar las fortalezas.

E.- De hecho estamos hablando de creatividad en la vida cotidiana. La creatividad pasa de las grandes categorías de la invención o la creación con mayúscula a la creatividad como actitud, como forma de vida, como manera de afrontar problemas cotidianos. ¿Cree que esa actitud vital, el hecho de aplicarla a la vida, de compartir las ideas, es una manera de socializar la creatividad?.

RS.- Sin duda. La socialización es muy importante también y es la razón por la que yo enfatizo con mis alumnos la necesidad de crear una atmósfera positiva, por cuanto facilita el intercambio de ideas. Desde la Psicología y otras ciencias se establecen grandes diferencias respecto a la creatividad en distintas sociedades, y yo creo que la diferencia radica básicamente en la socialización: si se alienta o se desalienta la creatividad. Cuando yo digo que la creatividad es una decisión, así lo creo; pero si durante toda la vida, cuando se tiene una idea creativa, se encuentra rechazo, críticas y burlas, es muy difícil de decidir por la creatividad. Por el contrario si se encuentra una atmósfera alentadora y positiva, la *socialización* desarrollará la creatividad. Para mí lo importante es el tipo de *socialización*; pero una persona puede escapar a esos procesos de clima facilitador y afrontar su creatividad en solitario.

Hoy en día, en los Estados Unidos, hay una cultura de víctimas. Yo no tuve una infancia fácil; pero aquí estoy haciendo aportaciones constructivas. Otros acusan a la sociedad de cuanto negativo les sucede. Cada uno decide la persona que quiere ser y puede transformarse en el tipo de persona que elige, aunque encuentre obstáculos. Algunas personas con dificultades en su juventud se hacen terroristas y otras se transforman en las más creativas, realizando aportaciones valiosas a la humanidad. Por ejemplo, mira la diferencia entre Nelson Mandela o Gandhi y los terroristas del 11 de septiembre, con Bin Laden a la cabeza. Mandela pudo decidir vengarse de los blancos, pues tenía motivos por el mal trato que recibió. Sin embargo, gracias a su sabiduría y a su creatividad, se transformó en el líder más destacado y pacifista del pasado siglo. Yo creo que él es un buen ejemplo de las oportunidades que tiene cada persona para decidir por la creatividad y la sabiduría o por el odio y la destrucción.

E.- Espero que sus pensamientos contribuyan a fomentar la comprensión y la tolerancia en un mundo marcado por tantas diferencias culturales, que siempre existieron, pero que ahora afloran por la masiva influencia de los medios de comunicación y las políticas globalizadoras. Ha ilustrado claramente como la creatividad es una decisión personal más que una capacidad intelectual. No basta con saber; hay que querer transformar. Yo creo que esta es la clave de cómo unos mismos estímulos, una misma educación, un mismo ambiente, contribuyen a que unas personas decidan hacer aportaciones constructivas (creativas) y otras se orienten hacia comportamientos antisociales y destructivos.

¿Hay alguna teoría que explique por qué una persona (estoy pensando en un hiperactivo) se convierte en un activo-negativo para la sociedad, en una persona asocial, y otro hiperactivo llega a ser una persona creadora, un reconocido investigador en el tratamiento digital del rostro? Podemos dar a los docentes algunos criterios para que sepan actuar en tales casos?.

RS.- Tengo una nueva teoría del amor que no está aún publicada y es la teoría del odio. Tengo una conferencia sobre el odio, pero lo interesante es la relación con el amor. En esta teoría (no voy a dar todos los detalles, sólo algunos), por ejemplo, el amor surge de la *intimidad*, el odio surge de la negación de esa intimidad. Cuando predomina la actitud de que esa persona no es un ser humano, sino que es como un insecto, una rata, un animal..., entonces no se pueden tener relaciones de intimidad con ese tipo de personas. Y esto se ve en el odio, ese tipo de actitud, según la cual, las personas no son humanas. Entonces se justifica un tratamiento equivalente al de un animal, una hormiga o una mosca, porque se la considera como tal. Ahora bien, la persona puede decidir entre la intimidad y la negación de la intimidad.

Otro componente es *la pasión*, que puede dirigirse hacia el amor o hacia el odio, como puede observarse en las muchedumbres que aplauden entusiasmadas en un concierto o atacan en una manifestación. Amor y odio son dos caras que surgen de dos decisiones, de dos actitudes. A menudo, lo vemos en la televisión, hay líderes que fomentan el odio y la pasión por destruir. Hitler, dirigente de Ruanda, Bin Laden, por citar algunos ejemplos, han promovido y alentado el odio y las pasiones negativas en la población en lugar las constructivas.

El tercer ingrediente de la teoría del amor y del odio es *el compromiso*. Se puede decidir comprometerse con el amor y la comprensión, o comprometerse con odio y la destrucción. Los terroristas se comprometen con la destrucción. Es como tener diferentes recetas con ingredientes muy similares y se decide qué receta se prefiere, pero estamos también ante una decisión; decisión por el amor o por el odio, y cada persona puede decidir. La Madre Teresa, Nelson Mandela, Martin Luther King decidieron por el amor, pero otras personas, con sus aliados, decidieron por el odio. Lo triste es ver a tanta gente decidiendo por el odio, pues son personas amargadas que tratan de difundir su amargura a los demás.

E.- *Realmente hemos tocado el tema que para mí es clave en creatividad: el compromiso. Yo creo que la persona creativa cuando se implica en una tarea, lleva consigo entrega, compromiso, hasta el punto de absorberle y olvidarse de todo lo demás. Dicho de otro modo, el compromiso emocional. Sin embargo recurrimos constantemente a elementos meramente intelectuales o cognitivos para explicar los procesos creativos, dejando de lado los componentes emocionales. ¿Cómo lo ve?*

RS.- En mi opinión, es un error en algunas investigaciones y teorías de la creatividad enfatizar excesivamente lo cognitivo. Por ejemplo, los tests y las teorías de los procesos cognitivos y en mi teoría de la confluencia, lo cognitivo es una parte de la creatividad. Otra parte es el conocimiento; se necesita tener conocimiento de aquel campo en el que se crea. La tercera parte es la personalidad y la toma de decisiones con respecto a la acción, para superar los obstáculos o tolerar la ambigüedad. Otro componente importante es la motivación, que está muy relacionada con la emoción. La motivación es un estado y se genera motivación cuando se genera emoción positiva. Yo amo mi trabajo porque yo creo que a través de él yo puedo mejorar en algo el mundo; esa mi meta en la vida: que el mundo sea diferente como resultado de mi vida. Ese es el principio que despierta emoción en mí y la emoción genera creatividad. Si no me comprometo estoy como aburrido y es casi imposible ser creativo. Por eso cada persona, cada estudiante, tiene que encontrar lo que a él o a ella le gusta, lo que le interesa y satisface hacer. La persona necesita encontrar una misión, un sentido a lo que hace. Es como un juego, un juego divertido. Una persona creativa no participa en los juegos de

otras personas, la persona creativa crea su propio juego. Para mí casi nada es trabajo; es un juego, un juego real, y cada persona ha de crear el suyo.

E.- *Para no alargar más este coloquio, pensemos en los docentes que sin duda estarán interesados en estas reflexiones. ¿Qué recomendaría a un docente para estimular la creatividad en sus alumnos? ¿Qué aspectos convendría remarcar para que los tuviera en cuenta?.*

R.S.- Yo creo que es como una lista de decisiones. En primer lugar habría que redefinir el problema. Cuando tenemos un problema no es preciso asumir las definiciones y planteamientos de otras personas, ni las habituales de uno mismo; cave comenzar redefinir las situaciones, y cambiar la actitud de vida. La creatividad en tanto que actitud de vida no es un acto, es una disposición, y la actitud genera las decisiones creativas. El segundo aspecto es reconocer que el conocimiento es como un cuchillo de dos filos: el conocimiento ayuda a la creatividad; pero también puede impedirla o bloquearla. A veces los expertos adquieren un tipo de visión de fanal. Están tan cristalizados en sus conocimientos que no se percatan de que existen otros puntos de vista. Esa es la razón por la que el maestro debe aprender del estudiante como el estudiante del maestro. Un tercer aspecto o consideración es superar los obstáculos. Es preciso comprender que cuando hay obstáculos no los tienen sólo ustedes, los tienen todo el mundo que decide ser creativo. Lo decisivo no es encontrar obstáculos sino decidir superarlos. La cuarta consideración es tener un sentido de autoconfianza y consideración de sí mismo. Algunas obras útiles para el profesorado interesado en la estimulación creativa son: *La inteligencia creativa en la escuela* y *como desarrollar la creatividad en los alumnos*. La idea básica es que la creatividad es una decisión que cualquier persona puede hacer.

E.- *¿Se identifica con la expresión “maestro de algunos y alumno de todos”?*

RS.- Sí, es una buena expresión.

Acabamos con ella. Es mi rúbrica. Espero que este coloquio despierte el interés de cuantos viven la creatividad para seguir leyendo sus obras y aprendiendo que la creatividad es una decisión personal, un valor educativo y un bien social.

29 de septiembre de 2001.