

El cultivo de la creatividad en la Universidad

ANDRZEJ ZEROMSKI

Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara.

■ Introducción

La humanidad se encuentra a finales del siglo XX con una situación crítica. Los tres pilares del progreso —el hombre, la sociedad y el sistema económico—, se han deteriorado y están amenazados y agobiados. Como consecuencia, se ha llegado a una crisis de identidad de la persona y de legitimidad de las estructuras sociales y del poder, lo que se refleja en la crisis de nuestras motivaciones.

Además, la crisis de los sistemas de organización de la economía ha llevado al agotamiento y deterioro del mundo en el que vivimos. La historia llegó al fin de un ciclo, y ha agotado los modelos actuales del racionalismo. Como resultado, la humanidad se ha apresurado a desregularizar la vida, descentralizarla y desconcentrarla, a crear las estructuras globalizantes, buscando de forma acelerada, nuevas fórmulas de la vida económica y social.

Para progresar en esta situación, fue necesario cambiar nuestros comportamientos y cómodas visiones extrapola-

rizantes; hubo que ser creativos frente a lo desconocido, enseñando y organizando a la creatividad misma. La Universidad es uno de los mejores sitios para ello. Esta institución, por su carácter analítico y crítico, rechaza de antemano las imitaciones y propone constantemente mejoras en todos los ámbitos señalados por sus funciones sustantivas. Sin embargo, el cumplimiento de esta misión crítica ya no es suficiente. La Universidad no puede realizar sus grandes proyectos partiendo solamente del análisis y la crítica de la realidad, pues la crítica es suficiente sólo para las proyecciones a corto plazo. Se necesita un proyecto más sólido y más amplio, caracterizado por una visión hacia el futuro, para que así los tiempos venideros no nos sorprendan.

■ El fenómeno de la creatividad

La creatividad forma el eje central del progreso humano. Es una noción universal. En nuestra cultura Occidental, el significado de *creación* se entiende como *el hecho de dar existencia a algo esencial o absolutamente nuevo*. En la cultura Oriental, y precisamente en el

caso de Japón, la palabra creación es una combinación de dos caracteres que se traducen como *primero* y *hacer*.

De estas dos interpretaciones puede deducirse que la creatividad precisa de una idea novedosa y un recurso para hacerla, es decir, para materializarla. En un sentido práctico, se considera que la creatividad puede lograr la producción de valores o conceptos totalmente nuevos que originen un gran impacto en la sociedad.

En el polo opuesto de la creatividad se encuentra la imitación, la cual significa copiar conceptos creados por otros. Su impacto puede ser considerable en el sentido de éxitos financieros, pero la originalidad aquí es obviamente insignificante.

El lugar intermedio entre la creatividad y la imitación, lo ocupa el mejoramiento o modernización, que es la modificación parcial de conceptos básicos ya existentes.

En cada una de las etapas del progreso-innovación, éste se manifiesta con diferentes resultados. El proceso de imitación, debido al uso de las técnicas e ideas existentes, puede producir sólo



recursos; el proceso de mejora, sustentado en el uso de las técnicas conocidas y de los recursos disponibles, libera las nuevas ideas. Pero solamente el proceso de creatividad que utiliza las ideas y recursos, produce las técnicas que nos llevan a las innovaciones en la vida.

La creatividad se refiere entonces a la concretización de la idea, y la innovación para su puesta en práctica. La innovación arranca de las ideas creativas, instrumentalizadas, que a través de las técnicas adecuadas, permiten solucionar problemas que hasta entonces nadie había podido resolver, o que aportan mejores soluciones a problemas ya resueltos.

La creatividad nace en todas las esferas de la actividad humana. En el caso del arte, la creatividad se muestra en las nuevas formas de expresión, lo que amplía las maneras de comunicación intra e inter-humana. En el caso de la ciencia, la creatividad forma los nuevos sistemas de la explotación y el manejo de la naturaleza.

■ El camino de la creatividad

El cerebro humano conoce dos caminos distintos para resolver problemas: el de la lógica, y el de la creatividad; pero sólo este último conduce a la innovación.

La lógica es un proceso consciente que utiliza reglas o procedimientos previamente aprendidos para llegar a una solución. Por el contrario, la creatividad es un proceso inconsciente, que tiene mucho más que ver con la súbita y casi inesperada inspiración, que con el avance metódico y paso a paso propio de la lógica. Al tener que apoyarse en reglas previamente aprendidas, la lógica sólo se puede aplicar en problemas de estructura similar a la de otros de solución ya conocida. No sirve para llegar a soluciones novedosas. Todas las ideas que

suponen un avance, un salto o la apertura de un nuevo camino, son ideas del pensamiento creativo.

Para ilustrar las diferencias entre el pensamiento lógico y creativo —este último llamado también pensamiento lateral—, se presenta un ejemplo de algunas características de ambos.

Pensamiento lógico	Pensamiento lateral
Elige	Cambia
Busca lo concreto	Busca lo diferente
Avanza paso a paso	Da saltos deliberados
Se concreta en lo esencial	Aprovecha las inferencias casuales
Busca las direcciones probables	Explora las direcciones poco probables

No es nuestra tarea explicar la naturaleza del pensamiento creativo ni tampoco investigar la teoría de la creatividad y sus resultados. Sobre estos problemas, existen estudios y una bibliografía bastante amplia. Nuestra idea es devolver a la Universidad el pensamiento creativo a una escala mayor de lo que se ha hecho hasta la fecha, y convertirlo en una de las principales herramientas de su desempeño.

■ Cambios globales en los años 80 y 90

El potencial para fomentar el pensamiento creativo ha existido siempre. Sin embargo, durante las últimas décadas, aparecieron algunos procesos y tendencias nuevas en la vida humana, que influyeron bastante en la ampliación de los diferentes potenciales, que forman hoy en día un inobjetable sustento para el desarrollo de la creatividad humana. Esto resulta paradójico frente a las actuales situaciones críticas por las cuales atraviesa la vida de las sociedades.

En los momentos de profundas crisis nacen nuevas tendencias, las que forman un tipo de pre-pensamiento y pre-herramientas para solucionar las situaciones críticas. No obstante, nada nos debe extrañar. Para los griegos, los tiempos de crisis eran también tiempos de coyunturas. La cuestión es no descuidar estas últimas, sino valorar su verdadero significado y convertirlas en instrumentos para vencer las situaciones críticas. Para esto se necesitan innovaciones en la vida (un producto del pensamiento creativo).

La historia de los acontecimientos de las últimas dos décadas a nivel mundial y nacional, está llena de hechos sorprendentes. Hemos pasado en un tiempo relativa-



mente corto, de unas situaciones a otras cuantitativa y cualitativamente —a veces— extremas, frente a las cuales el hombre y las sociedades se muestran cada día con menor grado de resistencia y mayor adaptabilidad.

Las principales tendencias de cambio en los años ochenta eran de:

1. Sociedad industrial a sociedad de información.
2. Tecnología forzosa a alta tecnología.
3. Economía nacional a economía mundial.
4. Corto plazo a largo plazo.
5. Centralización a descentralización.
6. Apoyo institucional, a valerse por sí mismo.
7. Democracia representativa a democracia participativa.
8. Jerarquías a cadenas de trabajo.
9. Este-oeste a norte-sur.
10. O lo uno o lo otro, a la opción múltiple.

En el transcurso de ese decenio y al entrar en la presente década, se sumaron a las anteriores tendencias, los siguientes fenómenos nuevos:

1. El renacimiento de las artes.
2. La aparición del socialismo de mercado libre.
3. La aparición de los estilos de vida mundiales y del nacionalismo cultural.
4. La privatización del Estado benefactor.
5. El liderazgo femenino.
6. La edad de la biología.
7. El renacimiento religioso.
8. La tendencia al triunfo del individuo.

Cada una de estas tendencias ya dejó su huella en la vida de las naciones. Pero lo más importante es que se relacionan entre sí mismas y señalan en suma el inicio de las nuevas situaciones y los nuevos tiempos por venir.

■ Cambios y la Universidad creativa

Todo lo anterior tiene que ver con la creatividad y con la Universidad creativa. Por ello debe reflexionarse sobre estos conceptos y convertirlos en nuestros ejes de interés, para así formar las condiciones para que la Universidad pueda asumir la auténtica responsabilidad frente a lo que está ocurriendo y su influencia en el futuro de la sociedad.

Como ejemplo se analizarán algunas tendencias que se relacionan con las funciones sustantivas de la Universidad (la docencia, la investigación y la extensión de la cultura), así como los que se refieren al triunfo del individuo, a la edad de la biología y al nacionalismo cultural.

■ Triunfo del individuo

¿Quién es el individuo? Es el que crea la obra de arte, el que adopta una filosofía política, el que arriesga las ganan-

cias de una vida en un nuevo puesto de trabajo o negocio, el que inspira al colega o a un miembro de la familia a que progrese, el que tiene una experiencia espiritual trascendental...

Un individuo es el que se cambia a sí mismo antes de intentar cambiar a la sociedad. Es la unidad básica del cambio, unidad fundamental en el principio de la doctrina de responsabilidad individual. Pero no se trata del tipo de individualismo en el que cada quien se preocupa únicamente de satisfacer sus propios deseos sin importar lo que suceda a los demás. Es una filosofía ética que eleva al individuo al nivel global y reconoce la dignidad humana del otro, por ser humano; aunque uno y otro puedan diferenciarse entre sí por sus posiciones o sus capacidades.

El proceso de la globalización fomentará, sin duda, la individualización. En consecuencia, nacerán nuevas comunidades más dinámicas y menos anónimas que los colectivos actuales, y dentro de ellas se utilizará al individualismo como sustento del liderazgo social.



Embajada Rusa, México



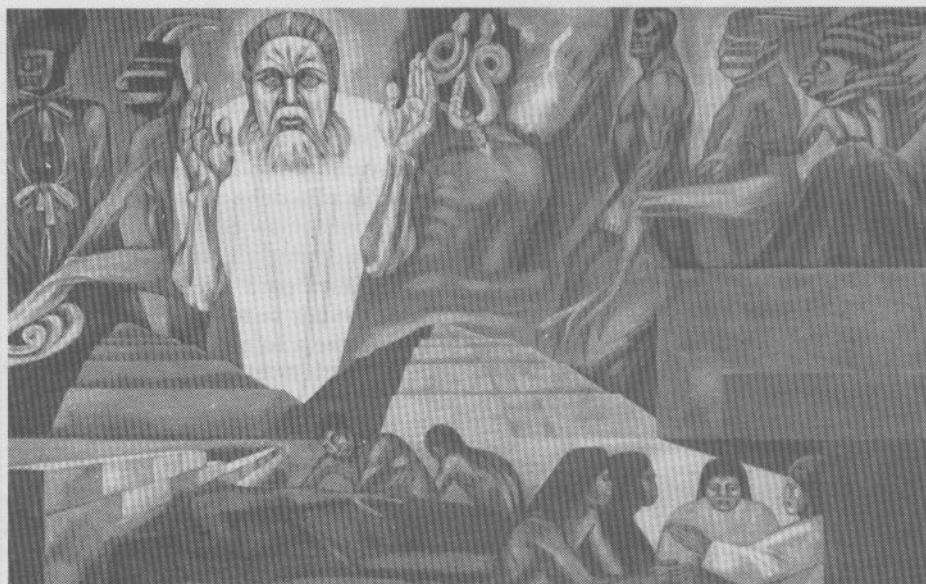
■ La edad de la biología

Estamos pasando paulatinamente de los modelos y las metáforas de la física a los de la biología, para que nos ayuden a entender los problemas y las oportunidades de nuestro tiempo. La física proporciona las metáforas y los modelos de la era mecanicista industrial. La física, como metáfora, sugiere la *energía intensiva*, lo *lineal*, lo *macro*, lo *mecánico*, lo *determinista*, lo *dirigido desde fuera*.

Hoy en día estamos ya en el proceso de crear una sociedad con un complicado sistema de retroalimentaciones, lo que constituye la estructura de un organismo biológico, una estructura que integra las tres partes esenciales: el hombre, la sociedad y la economía. Precisamente lo que pensamos, es crear un nuevo modelo integral de desarrollo. Es más, estamos ya en el umbral de la era de la biotecnología. La biología, como metáfora, sugiere la *información intensiva* (partiendo de lo general), lo *dirigido desde dentro*, lo *adaptable*, lo *holístico*. Pero si pensamos asumir la responsabilidad de manipular la vida, tenemos que evolucionar espiritualmente y acercarnos a los planteamientos de la filosofía de la ética del individuo, mencionada arriba.

■ Nacionalismo cultural

Es lógico suponer que a la vez que nuestros estilos de vida se hacen más parecidos, aparecen señales evidentes de una poderosa *contratendencia*, de una reacción contra la uniformidad y un deseo de afirmar la individualidad de la cultura y del idioma de cada uno. Cuanto más homogéneo se hace el estilo de vida, tanto más nos aferramos a valores más profundos: la religión, el



Épica de la civilización americana, Orozco

idioma, el arte y la literatura. A medida que nuestros mundos se vuelven más unidos, más caras serán para nosotros las tradiciones que surgen desde dentro, y así iremos recuperando nuestra identidad cultural.

■ Hacia la Universidad creativa

Lo que parece fundamental, es que se debe pensar en la Universidad de forma global y apegar nuestra visión de la institución al nuevo modelo de desarrollo, el cual debe asegurar la presencia de los tres factores básicos, es decir, del desarrollo humano, del desarrollo social y del nuevo desarrollo económico, fundamentado éste en los conceptos de sustentabilidad. Este planteamiento trae consecuencias estructurales para el modelo universitario y referencias para la formación de su planta humana. Nuestra vocación, con una visión preestablecida, indicará los caminos por los cuales debemos transitar con el trabajo responsable y bien programado. Este trabajo debe enfocarse al análisis de los grandes sujetos del desarrollo ya mencionados, utilizando los caminos de

la inter y la transdisciplinariedad. Indiscutiblemente, esto causaría el nacimiento de una Universidad acorde con los nuevos tiempos, que esté enfocada al estudiante e interesada en su amplia preparación profesional, orientada a la ciencia y a la cultura.

■ La necesidad de un renovado concepto de cultura

El objeto de toda educación es producir alguna forma de cultura material o espiritual. Nuestra civilización y nuestras sociedades se fundamentan en el concepto estrictamente materialista de la cultura. En la actualidad, una nación se considera civilizada cuando ha despertado a los valores mentales y al mismo tiempo exige valores materiales, y cuando la mente; en sus aspectos de memoria, discernimiento y separación; en sus funciones auditivas y en su capacidad de formular ideas concretas basadas en la percepción, los deseos y los propósitos materiales; recibe un entrenamiento que la lleva hacia una sociedad materialista, lo que ha hecho de la nuestra, lo que es hoy.



Sin embargo, el nuevo modelo de desarrollo que se perfila de forma inevitable, tendrá que reconocer los valores de sustentabilidad como la condición para la supervivencia humana, así como también los valores del desarrollo individual en una escala mucho más amplia que en la actualidad. En efecto, es imprescindible activar los valores creativos del espíritu humano.

En este contexto nace la necesidad de redefinir la cultura como un valor espiritual del hombre, en el cual convergen dos caminos, el del sentimiento y el de la mente —y dos mundos, el de la sensibilidad y el del pensamiento— a los que se suma un tercero: el de las actividades de la vida que permiten al hombre vivir como un ser inteligente y subjetivo en un cosmos físico y tangible. Estos valores universales de la cultura, permitirán formar seres humanos íntegros y significativos, además de ayudar a que éstos triunfen en un grado mucho más amplio y común que hasta ahora.

Así mismo, será necesario redefinir la noción de la extensión de la cultura y concentrarse en el concepto de su creación, lo cual inevitablemente impactará al mundo de la ciencia y fortalecerá la eficiencia de su nuevo paradigma holístico.

Los valores de la cultura individual del hombre son necesarios para vencer el temor frente al ridículo, que es la cárcel de la creatividad humana. Las diversas situaciones que suceden alrededor de nosotros, nos obligan a pensar sobre nuestro futuro. Tenemos que programarlo y para ello son necesarias las nuevas funciones de planeación estratégica de la Universidad. La necesidad de promover el progreso económico, social y cultural de la humanidad, exige que se diseñen nuevos modelos para el proceso de investigación y desarrollo institucional en todos los programas relacionados con las funciones sustantivas de la Universidad.

■ Coordinación de las ideas como nueva función de planeación universitaria

Existen básicamente tres tipos de personal universitario involucrado en cualquier proceso de investigación y desarrollo de la institución: los que originan la idea que proporciona la base de la creación (*generadores de ideas*), los que apoyan la idea e intentan nutrirla para que fructifique (*promotores de las ideas*), y los que se oponen a la idea y tratan de destruirla (*destructores de ideas*).

El término *generadores de ideas* se refiere al personal cuyas concepciones, originan las ideas que son las semillas de la creatividad. El aserto *destructores de ideas* abarca al personal que trata de eliminar la idea; está opuesto al cambio que representa o, de alguna manera, tiene una reacción negativa a las perspectivas de su ejecución. El término *promotores de ideas* se refiere al personal que apoya a la idea, trata de proteger a los *generadores* de los *destructores* y lucha porque se acepten (las ideas) por medio de acciones, tales como propuestas de las visiones de la incorporación de la idea, y la presentación de las oportunidades de realización.

Esta organización del ambiente universitario y de su personal, podría considerarse como un sistema inicial de *coordinación de las ideas*, para que la creatividad individual tenga algún tipo

de influencia en las actividades de investigación y en las aplicaciones de ésta a la práctica para el uso interno o externo de la Universidad. Esta creatividad individual debe elevarse al nivel de la creatividad de grupos, por medio de una interacción entre los *destructores* y los *promotores* de las ideas. Esto parece ser la nueva función para la planeación universitaria.

■ Bibliografía

S. Arieti, *La Creatividad*, F.C.E., México, 1993.

J. Corrales, *La Gestión Creativa*, Ed. Paraninfos, S.A., Madrid, 1991.

T. Murakami, T. Nishiwaki, *Estrategia para la Creación*, Ed. Panorama, México, 1993.

J. Naisbitt, P. Aburdene, *Megatendencias 2000*, Ed. Norma, México, 1990.

La Revista Universitaria en Jalisco, *Modelos Académico y el Modelo Administrativo*, en: Aplicación, año II, no. 7, julio-sept. 1993, pp. 27-30, Universidad de Guadalajara, 1993.

A. Zeromski, *Transforming Universities: Models for the Future*, en: Transformation of Science in Poland, Ed. State Comitee For Scientific Research, vol. 1, pp. 186-193, 1991.

