



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE PSICOLOGIA

TESINA:

**“PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE CREATIVIDAD EN
PERIODISTAS A TRAVÉS DE MAPAS MENTALES”**

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA

PRESENTA:

PERLA CECILIA ESPINOSA REYES

DIRECTOR DE TESINA: LIC. JUAN VARELA JUAREZ

MÉXICO D. F. MAYO 2008.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIAS

A Dios quien es mi creador y mi fuerza para seguir adelante.

A mi familia por acompañarme y ser un respaldo moral, emocional y de amor

A la UNAM, por ser mi ALMA MATER.

A los profesores, quienes en mi formación profesional hicieron de mí quien
soy.

Al Lic. Juan Varela por su gran compromiso con la psicología industrial.

Especialmente a la Mtra. Rebeca Paz, por ser una maravillosa persona,
psicóloga y amiga.

A mis amigos y amigas que me han ayudado a salir adelante siempre

I N D I C E

RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN.....	2
CAPITULO 1 ANTECEDENTES DE LA CREATIVIDAD	
1.1 Definición de la Creatividad.....	3
1.2 Evolución de la Creatividad y su Historia.....	6
1.3 Modelos teóricos explicativos.....	9
1.3.1 Enfoque Psicoanalítico.....	9
1.3.2 Enfoque humanístico.....	10
1.3.3 El enfoque diferencialista.....	13
1.3.4 El enfoque de la Gestalt.....	13
1.3.5 Vygotsky.....	14
1.3.6 Edward De Bono.....	14
1.3.7 El análisis Transaccional.....	15
1.3.8 El enfoque Conductista.....	15
1.3.9 Sternberg y Lubart.....	26
1.4 México.....	27
CAPITULO 2 DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD Y MAPAS MENTALES	
2.1 Aspectos de la enseñanza creativa.....	29
2.2 Aspectos del entorno creativo.....	31
2.3 La persona creativa.....	33
2.4 El cerebro y el proceso de aprendizaje creativo.....	38
2.5 Técnicas de desarrollo de la creatividad.....	45
2.5.1 Brainstorming.....	46
2.5.2 La sinéctica.....	47
2.5.3 El psicodrama.....	47
2.5.4 El estudio y manejo de modelos.....	48
2.5.5 Miscelanea de ejercicios.....	48
2.5.6 La pausa creativa.....	48
2.5.7 El foco.....	48
2.5.8 El cuestionamiento.....	49
2.5.9 Lógica fluida.....	49
2.5.10 Los seis sombreros.....	50
2.5.11 Mapas Mentales.....	51
2.6 Tecnología.....	59

CAPITULO 3 LA LABOR DEL PERIODISTA

3.1 Breve historia del periodismo.....	60
3.1.1 Comunicación e Información.....	62
3.1.2 Periodismo.....	62
3.1.3 El lenguaje periodístico.....	63
3.2 El periodismo y sus géneros.....	66
3.2.1 La noticia.....	67
3.2.2 La entrevista objetiva.....	68
3.2.3 El reportaje interpretativo.....	69
3.2.4 La documentación.....	69
3.2.5 La crónica.....	69
3.2.6 La entrevista perfil.....	70
3.2.7 La crítica	70
3.2.8 El artículo	70
3.3 El periodista.....	72
3.3.1 La formación del periodista.....	78
3.4 La actividad periodística y su contexto. Los retos informativos del siglo XXI.....	79

CAPITULO 4 PROPUESTA DE CAPACITACION.....	82
---	----

ALCANCES Y LIMITACIONES.....	96
------------------------------	----

CONCLUSIONES.....	97
-------------------	----

BIBLIOGRAFIA.....	98
-------------------	----

ANEXOS.....	102
-------------	-----

RESUMEN

La creatividad es un concepto que no estuvo definido en épocas anteriores sin embargo ha tenido apariciones en todas las sociedades influyentes; la importancia que tuvo en cada una de esas sociedades han llevado al hombre al mundo como lo conocemos hoy en día. La creatividad se ha abordado desde diversas corrientes: el psicoanálisis, el enfoque humanístico, diferencialista, el enfoque de la gestalt, la psicología, transpersonal, el enfoque cognitivo-conductual y autores que en específico hicieron importantes aportaciones al estudio como Vygotski, o Edward De Bono, a través del estudio llegaron a conocer que la capacidad creativa es desarrollable, y para esto existen diversas técnicas que han hecho aportaciones importantes al desarrollo de la misma. Elegí los mapas mentales, técnica desarrollada para el ordenamiento de ideas, la misma técnica es utilizada para desarrollo de creatividad y como herramienta de memoria. Aunque se obtienen diversos beneficios en cuanto al uso de dicha técnica, la referencia que se hace en este trabajo está enfocada únicamente hacia la creatividad.

Así la propuesta de aplicación incluye el conocimiento de mapas mentales para la aplicación de ideas creativas, en el periodismo, oficio en el que se observa su relevancia como oficio dentro de la sociedad; el periodista como puesto en un periódico, es la base más importante del mismo, su desgaste de ideas puede darse fácilmente al hacer diariamente propuestas de noticias, puntos de vista, informaciones, noticias, temas. La propuesta pretende que a este puesto se le proporcione una herramienta que le permita darse a sí mismo la libertad de generar ideas, la capacidad de no cansarse al generar información, el descanso de trabajar día a día con temas relativamente novedosos, con la finalidad de mantener la atención del lector.

Así se desarrollaron las sesiones prácticas con la finalidad de que el periodista pueda conocer la técnica de mapas mentales y que use ésta en el desarrollo de su creatividad y pueda aplicarla a su trabajo cotidiano, proporcionando indirectamente un producto final novedoso a diario, pues el mundo comercial que vivimos lo exige y la sociedad reclama dicho producto creativo.

INTRODUCCIÓN

La propuesta de capacitación presentada es una alternativa para desarrollar la creatividad; habilidad superior que continuamente permite el desarrollo humano y social. La aplicación en específico al periodista se deriva de la observación que he hecho sobre las necesidades de contar con temas novedosos y distintos enfoques que el periodista da a la información y la importancia de ésta que genera conceptos en la sociedad.

En el capítulo 1 se revisará la definición de la creatividad, concepto que forma parte de toda la vida cultural, incluyendo el arte, la ciencia y la creatividad técnica. Una actividad para ser calificada de creativa, ha de ser intencional, y dirigida a un fin. También se revisará la historia de la evolución del concepto y como el hombre la ha aplicado; a través de esta revisión se pretende establecer todos los conceptos asociados que conforman ésta, por ejemplo que para crear constantemente se destruye y construye.

Durante el capítulo 2 se revisará los factores intelectuales del pensamiento divergente y como las características de los individuos creativos son específicamente las que tienen logros. Se define que los individuos creativos son independientes en sus juicios, dominantes, y se distingue que un individuo puede ser más creativo que inteligente y viceversa. Después de conocer estas características se revisan algunas de las técnicas que pueden fomentar el desarrollo de la creatividad: manipuleo mental, la pausa creativa, el foco, mapas mentales; la cual es la técnica usada en el presente trabajo: en dicha técnica se genera un sistema multienlazado y multiordenado de información, generando mapas de información.

En el capítulo 3 revisarán los conceptos de comunicación y periodismos, los géneros informativos y cual es la formación de periodista, para desarrollar el concepto integral en el que se conozcan las funciones que realiza y cual es el reto creativo al que se enfrenta.

El capítulo 4 desarrolla la aplicación del programa, dentro de cual se enseña la técnica de mapas mentales en cinco sesiones, a través de las cuales se pretende que alcancen el objetivo que es el desarrollo de creatividad aplicado a las funciones. Al finalizar se anexan las posibles limitantes que se puedan dar en la aplicación real del programa.

CAPITULO 1

ANTECEDENTES DE LA CREATIVIDAD

1.1 Definición de la creatividad.

En el diccionario de la Real Academia española el término apareció hacia 1984 (García, 1998) y define creatividad como:

1. tr. La capacidad de creación.
2. tr. Facultad de crear.

Crear: (Del latín creare).

1. tr. Producir algo de la nada. Dios creó cielos y tierra.
2. tr. Establecer, fundar, introducir por primera vez algo; hacerlo nacer o darle vida, en sentido figurado. Crear una industria, un género literario, un sistema filosófico, un orden político, necesidades, derechos, abusos.
3. tr. Instituir un nuevo empleo o dignidad. Crear el oficio de condestable.
4. tr. Hacer, por elección o nombramiento, a alguien lo que antes no era. U. especialmente referido a dignidades muy elevadas, por lo común eclesiásticas y vitalicias. Fue creado Papa. Será creado Cardenal.
5. tr. Ant. Criar (ll nutritor).

Veraldi (1979), define la idea de crear como un “conjunto de hechos reales y ligados por una característica común. Pues en el universo a todos los niveles van apareciendo cosas, sustancia, seres, comportamientos, eventos que antes no existían”. Es decir las creaciones humanas avanzan en el sentido de un incremento de orden, tomando éste en el sentido de que los objetos, ideas o cualquier evento va siendo ordenado cada vez que la creatividad los transforma.

Muñoz (1994), define a la creatividad como: “una actividad dinámica, un proceso abierto que comporta también una realización material concreta” (Muñoz, 1994, p. 13).

La capacidad mental que interviene en la realización creativa caracterizada por la fluidez, la flexibilidad, la originalidad, su capacidad de establecer asociaciones lejanas, la sensibilidad

ante los problemas y por la posibilidad de redefinir las cuestiones. **Guilford** (Muñoz, 1994, p. 13).

La creatividad se puede definir como la capacidad de producir alguna cosa nueva. **Barron** (Muñoz, 1994, p. 13).

“Capacidad para encontrar relaciones entre experiencias antes no relacionadas, y que se dan en la forma de nuevos esquemas mentales, como experiencias, ideas o productos nuevos”. **Parnes**. (Muñoz, 1994, p. 13).

Creatividad es “el proceso a través del cual un individuo o un grupo elaboran un producto nuevo y original, adaptado a las condiciones y finalidades de la situación”. **Abric** (Muñoz, 1994, p. 13).

Carl Rogers, define la creatividad como: “la aparición de un producto relacional nuevo que resulta de la unicidad del individuo por un lado, y las circunstancias de la vida y los aportes de otros individuos por otro. Desde su punto de vista los sujetos que manifiestan apertura, aceptación personal y capacidad para jugar con el material serán más creativos que los individuos que carecen de tales cualidades” en (Garaigordobil, 1995, p. 167).

Ross L. Money propuso durante una conferencia en 1957, ordenar las definiciones, y por extensión también los trabajos de creatividad, en función de 4 categorías: Persona, Proceso, Producto y Ambiente (Muñoz, 1994, p. 15):

LA PERSONA	EL PROCESO	EL PRODUCTO	EL AMBIENTE
Los autores que abordan éste enfoque, acentúan los rasgos psicológicos del comportamiento creativo. Guilford fué el primero en mencionar las características de la personalidad creativa. Barrón en los años sesenta sistematiza el estudio de la creatividad a partir del uso de tests.	Sobre éste se visualizan las técnicas de desarrollo de la creatividad. Poincaré describe el proceso creativo: preparación, incubación, comprensión, y verificación. Sikora afirma que hay 5 métodos básicos, para el desarrollo de la creatividad: relaciones forzadas, brainstorming, pensamiento lateral, pensamiento morfológico,	Un producto creativo recogerá en sí mismo las mejores características del propio proceso de su gestación. Siendo la novedad una de las características más evidentes de un producto creativo.	Éste al ser creativo puede motivar la curiosidad, sin dar importancia a las recompensas aunque las haga efectivas; fomentará la autoevaluación y el autoaprendizaje posponiendo los juicios y flexibilizando nuestros planteamientos. Las presiones conformistas, las actitudes autoritarias, pueden influir en el

	sinéctica.		pensamiento creativo.
--	------------	--	-----------------------

Rodríguez, (1995) indica que para definir creatividad se debe analizar el concepto, pues todo acto creativo implica, la persona creadora, el proceso creativo, el objeto creado.

“La capacidad de dar origen a cosas nuevas y valiosas; y la capacidad de encontrar nuevos y mejores modos de hacer las cosas”. Así la creatividad incluye dos aspectos esenciales: la producción de algo nuevo y que éste algo sea valioso. (Rodríguez, 1995).

Por su parte Drevdahl define que la creatividad, forma parte de toda la vida cultural, incluyendo el arte, la ciencia y la creatividad técnica. Postula una definición integral de éste concepto, recogida en varios de los estudios sobre creatividad. (Ulman 1968, Sikora, 1979, Gervilla, 1980, Romo, 1983) desde la que se propone que la creatividad es la capacidad humana de producir contenidos mentales de cualquier tipo que, esencialmente, pueden considerarse como nuevos y desconocidos para quienes los producen. Puede tratarse de actividad de la imaginación o de una síntesis mental que es más que un mero resumen.

La creatividad puede implicar la formación de nuevos sistemas y de nuevas combinaciones de informaciones ya conocidas, así como la transferencia de relaciones ya conocidas a situaciones nuevas y la formación de nuevos correlatos. Una actividad para ser calificada de creativa, ha de ser intencional, y dirigida a un fin. Puede adoptar forma artística, literaria o científica o ser de índole técnica o metodológica (Garaigordobil, 1995).

García (1998), manifiesta que creatividad también significa:

EN LO PERSONAL	EN LO FAMILIAR	EN LO ORGANIZACIONAL	EN LO REFERENTE AL PAIS
Audacia para tomar nuevos caminos intentar decisiones, tomar riesgos. Re-crearse constantemente, Ser productivo, competitivo, y autorrealizarse.	Planear y ajustar la vida en comunidad y de común acuerdo. Producir el ambiente donde emergan las individualidades y que cada quien logre la satisfacción.	Crear los medios y el entorno propicio para el desarrollo del capital humano. Creando condiciones para la satisfacción de clientes, proveedores, colaboradores, dueños.	Crear la infraestructura educativa adecuada para las nuevas generaciones. Crear la infraestructura para el desarrollo de las instituciones que deben apoyar a la sociedad en su conjunto

Decelis (1993), expresa que creatividad es una actividad que emplea la capacidad humana para modificar las cosas continuamente, cuyo cambio viene acompañado de un consumo de energía y tiempo, y reitera: “no hay cambio sin consumo de tiempo y energía”.

Sternberg y Lubart (1995), en su obra, “La creatividad en una cultura conformista” definen que entienden por creatividad: cuando el producto obtenido puede ser definido como original y apropiado. Original cuando estadísticamente es poco común y diferente de los productos que otras personas tienden a producir.

No es predecible y puede provocar sorpresa porque está ubicado en el siguiente eslabón lógico. El producto debe desempeñar también cierta función de utilidad para el público.

Así comprendo por creatividad una habilidad nata humana, la cual por su complejidad, es difícil dar una definición estática. Y de la cual no se puede dejar de considerar su temporalidad y atemporalidad. Es una habilidad tan amplia que aún sabiendo que puede ser desarrollable es difícil señalar un modo específico para esto, sin embargo, su observación y entendimiento como una habilidad dan pauta para consideraciones en su desarrollo y su manipulación.

1.2 Historia de la evolución de la creatividad.

La palabra creación aparece en francés hacia 1265. Ésta palabra creatividad no tiene por el contrario un momento específico de aparición. (Veraldi, 1979). Pero es en el libro de Génesis donde se marca la creatividad con una analogía entre Dios y el ser humano; donde Dios tiene la capacidad de crear obras, objetos, situaciones, al hombre, así la capacidad de crear se vuelve una habilidad superior y el hombre en su imitación también crea (Borges, 1998).

La creatividad es un fenómeno que el hombre indaga, analiza, teoriza, supone, tratando de manipularla, conocerla, obtenerla, desarrollarla, generarla; hasta nuestros días el hombre sigue en ese proceso; pero hablando del estudio de la historia de la creatividad como un fenómeno que influye a las sociedades se puede mencionar que en todas las sociedades marcadas, se han tenido acontecimientos creativos que las señalan de esa forma, “influyentes”. Es decir cada vez que una innovación marca a la sociedad se genera un cambio; siendo ese cambio la consecuencia de una idea creativa.

En el campo de la expresión artística se puede observar como las pinturas primitivas en las cuevas, dieron origen a la moderna pintura (García, 1998).

En la época de la sociedad agrícola, hubo implementos creativos como abonos y herramientas; con ésta época los seres humanos dejan de ser nómadas, se asientan en poblados, y utilizan unos de los inventos más importantes, la rueda (Eroles, 1994).

En la filosofía griega durante muchos años hubo creencias de que las musas inspiraban a sabios, artistas e inventores (Rodríguez, 1995); indiscutiblemente hubo reflexión sobre el arte y la capacidad creativa del artista; así Platón es quien hace distinción sobre el trabajo artístico y el trabajo del artesano; una distinción que es paralela a la técnica y arte o el entusiasmo o carácter divino, siendo éste último lo que explica verdaderamente que la obra de arte supera la obra artística.

Es en ésta idea donde se hace una diferencia del impacto que hace la verdadera obra creativa a diferencia del dominio de una tarea simple, rutinaria, que aún pudiendo ser hermosa es común y por lo tanto no es creativa (Borges, 2004).

Es durante el Renacimiento cuando los nuevos modos de pensar y sentir hicieron que el hombre fuera objeto de interés para sí mismo para la reflexión filosófica y científica. Con la llegada de la imprenta; la sociedad ilustrada, tiene distintos acontecimientos creativos como la aparición de universidades, se desarrollan las matemáticas, la medicina, las artes, la literatura. La alquimia se transforma en química. Se usan las técnicas de construcción aplicando la creatividad: surge la arquitectura. Es entonces cuando se conoce que la tierra no es el centro del universo sino el sol. Y se elaboran las primeras leyes de la física. La pintura tuvo también un presencia importante durante éste periodo, Leonardo Da Vinci y Miguel Angel, Cervantes, Shakespeare, marcaron ésta época por su genio creativo (Eroles, 1994). Estos inventos tienen una influencia en la sociedad es decir la existencia de universidades y libros provoca la difusión de conocimientos, más descubrimientos y un avance importante para que posteriormente surga la sociedad industrial (Figuroa,2000).

Posteriormente la sociedad industrial es marcada por la creación de máquinas de vapor, algunas máquinas ya no requieren de un ser que aplique fuerza para que trabajen. Las personas se pueden desplazar en forma más rápida con el ferrocarril, y el barco de vapor (Eroles, 1994). Se producen grandes volúmenes de diversos productos originándose las

fábricas y se industrializa el acero. Se crea el correo, el telégrafo, y con estos efectos sobre la sociedad; los centros urbanos y el consumismo .

Se da inicio al socialismo, pues la explotación de la mano de obra produce la corriente de teorías sociales (Figueroa, 2000). Se postulan las primeras teorías científicas del trabajo cuando Taylor realiza estudios acerca de tiempos y movimientos.

De hecho se da inicio a la mercadotecnia; así la creatividad empieza a tener propósitos industrialistas (Romo, 1997).

Con la aparición de la energía eléctrica aparece la sociedad Tecnológica que es marcada por la aparición de nuevos inventos tecnológicos, el teléfono, el radio, el aeroplano, máquinas y aparatos que permiten alcanzar horizontes que el humano no.

El uso de la telecomunicación provoca una mayor movilidad social, las diversiones cambian, aparece el cine y la música tiene alcance masivo. La propia tecnología le permite al hombre realizar más análisis sobre sí mismo y desarrollar avances en los estudios sobre la conducta de los demás (Figueroa, 2000).

Así en el siglo XX cuando Europa se encontraba debilitada después de las dos guerras mundiales Estados Unidos de Norteamérica acoge a los emigrantes europeos los cuales se desplazaban de su patria por las hostilidades y mediante la concesión de créditos importantes a la investigación científica que dieron más tarde una cosecha de premios Nobel (Veraldi, 1979).

Precisamente en éste momento después de la segunda guerra mundial es que científicamente la creatividad se empezó a estudiar, pues era de interés a los problemas militares y económicos que EUA requería de personas talentosas en diversos ámbitos (Villalobos, 2000). Ahí mismo emergieron algunos tests junto con los años de progresismo, fue un periodo marcado por el cual las nuevas ciencias se redefinieron y monopolizaron los conocimientos además de mostrar su utilidad social. La expansión de la sociedad requería del desarrollo de profesiones especializadas y se produjo la demanda de métodos de control y modificación de los comportamientos (Tortosa, 1998).

En el mundo actual la creatividad se enfoca principalmente hacia la competitividad, también en la actualidad se ve a ésta como un sinónimo de productividad, y en el mercado se busca detectar y satisfacer necesidades además en el plano personal (García, 1998).

Posterior a esto y con la demanda de especialización en Tecnología, el resto de las ciencias tiende a su vez a la especialización, la psicología es una de las ciencias con un amplio campo de especialización y en éste trabajo se abordan algunos de los diversos enfoques relacionados a la creatividad. Las ventajas de ésta sociedad son una mayor esperanza de vida y el incremento de los niveles educativos (Figuroa, 2000).

Actualmente con la sociedad informática la forma de vida modificó las actividades laborales del hombre, éste cambio deja sin empleo a muchas personas que carecen de habilidades técnicas, intelectuales y manuales, el desarrollo de la creatividad cumple al menos con el desarrollo de habilidades intelectuales. Dentro de las empresas el crecimiento de empleados se ve alentado por la falta de técnicas adecuadas para el desarrollo intelectual, propician el subdesarrollo de muchos puestos, por lo que considero que la creatividad es el campo que puede llegar a crear el impulso para el desarrollo personal y profesional.

1.3 Modelos teóricos explicativos.

La creatividad ha sido abordada desde diversas corrientes teóricas, las cuales se describen a continuación:

1.3.1 Enfoque Psicoanalítico

Freud siendo desarrollador de una de las más importantes corrientes, el psicoanálisis. Tuvo también la aportación a la comprensión de la creatividad, en su opinión la actividad creativa no es reflejo inmediato de una intención deliberada; gran parte de su impulso y significado queda oculto al creador y a los demás (Gardner, 1995).

Freud llamó la atención sobre los factores sexuales que sostienen una vida creativa y señala que los individuos creativos se inclinan a sublimar parte de su energía libidinal en ocupaciones como escribir, dibujar, componer o investigar, etc. De esa forma los artistas obtienen de su obra indirectamente algunos de los placeres libidinales que ansían.

En la opinión de Freud los niños dentro de su proceso creativo van en paralelo a los personajes creativos; organizan su propio mundo, crean con cada iniciativa que tienen (Gardner, 1995).

El psicoanálisis presenta la primera explicación teórica de la creatividad como una forma de sublimación de los conflictos originada en un flujo de energía inconsciente, vinculada al mundo de los afectos y conectada más o menos directamente, al trastorno mental. La inteligencia, la cognición en ésta teoría se encuentra ausente por lo que se podría definir que éste enfoque es irracional (Romo, 1997).

El modelo psicoanalítico considera que en el inconsciente surge la inspiración que permite lograr nuevas formas de expresión. Freud, ofreció una elaborada explicación del papel de los procesos conscientes e inconscientes en la creatividad y sugirió que las tentativas o esfuerzos creativos pueden ser vistos como realización de deseos. Según Jung, el inconsciente está lleno de ideas, recuerdos, y también pueden surgir del inconsciente pensamientos e ideas creativas que anteriormente nunca fueron conscientes (Garaigordobil, 1995, p.163).

En la actualidad los psiconalistas atribuyen una mayor importancia del “Yo” y a los procesos secundarios conscientes y racionales. Desde esta perspectiva se supone la existencia de adecuadas relaciones entre el “ello” y el “yo” y sus sistemas inconsciente y consciente. De este modo el “yo” podría acceder al material inconsciente. Se produciría una “regresión al servicio del yo”. Muchas formulaciones psicoanalíticas localizan la creatividad en la aptitud para regresar o acceder a procesos de pensamiento primarios preconscientes y sintetizarlos con procesos secundarios conscientes (Garaigordobil, 1995, p.163).

Otra corriente actual del psicoanálisis enfatiza que: “los procesos primarios inconscientes y las funciones del “ello” son fundamentales en las producciones creativas. Ésta perspectiva influenciada por las últimas formulaciones freudianas sobre el impulso de vida y muerte, propone que ambas tendencias pueden dirigirse al mismo objeto y cuando así sucede se generan sentimientos de culpa que se eliminan al construir, al crear, con la ayuda de la energía libidinal.

Destrucción y construcción son considerados elementos generales del comportamiento creativo. Freud consideró que el juego y la fantasía en la infancia sirve a las necesidades del niño y que esto es el origen de la creatividad (Garaigordobil, 1995).

Moccio (1994), defiende que la libertad del proceso creador depende del juego de aquellas funciones preconscientes que se balancean, en forma precaria entre la rigidez de la función consciente por un lado (con su anclaje en la realidad) y la rigidez de la función inconsciente por el otro (con su anclaje en el simbolismo estereotipado y reiterativo de los procesos inconscientes) (Garaigordobil, 1995).

1.3.2 Enfoque humanístico

La corriente humanista ha puesto énfasis precisamente en la persona y su desarrollo. Define el proceso creativo aproximadamente como la emergencia de acción de un producto relacional nuevo, con crecimiento de la unidad del individuo en otras maneras y eventos, circunstancias de su vida o de otros con el individuo; como apertura a la experiencia; foco interno de evaluación; habilidad para jugar con conceptos y elementos (Garaigordobil, 1995).

En la psicología humanística se habla de la dimensión global de la personalidad, a la cual es difícil acceder: la de la autorrealización.

Maslow (1982), define a la persona autorrealizada, sana y humana quién tiene que estar vinculada con la creatividad. La persona autorrealizada es aquella que es capaz de vivenciar plenamente cada momento de su vida. Significa vivenciar con la concentración y la absorción máxima en el presente (Romo, 1997).

Según Maslow, la creatividad pasa por una etapa de inspiración, que todos hemos tenido, es la creatividad primaria (poema, carta, dibujo). Ésta es espontánea e improvisada. La etapa secundaria, la que implica un trabajo obstinado y constante, puede tomarle más tiempo a las personas para llegar a dominar sus recursos y materiales. Ésta implica persistencia y disciplina (Romo, 1997).

Las habilidades cognitivas son irrelevantes y ser creativo es una forma especial de estar en el mundo, la persona autorrealizada, una forma especial de carácter donde se conjugan, en un difícil equilibrio la autoafirmación con el altruismo, el instinto con la razón, el placer con el deber, en una personalidad liberada, abierta a la experiencia, segura de sí misma y feliz (Romo, 1997).

Maslow, enfatiza la idea de que el proceso, la actitud, la actividad, o la persona pueden ser creativos en las facetas cotidianas de la vida, cuestionando el carácter creativo de algunas realizaciones consideradas como tales. Establece una distinción entre la creatividad como talento especial y la creatividad como autorrealización.

Garaigordobil explica que para Maslow la persona tiende al crecimiento debido a una serie de necesidades que hallan jerarquizadas. Estas 5 escalas son:

1. Biológicas
2. De seguridad
3. De pertenencia o afiliación
4. De estima o status
5. De autorrealización

Así el hombre que tiene satisfechas sus necesidades básicas va subiendo de los niveles de supervivencia a los niveles de la expansión y proyección de sí mismo. El último de estos niveles (self-realization: autorrealización) es donde se da la creatividad (Rodríguez, 1985).

Carl Rogers es el otro gran representante de éste enfoque humanista donde se contesta más con unos valores elevados en la dimensión social de la conducta (Romo, 1997).

Maslow y Rogers consideran que la tendencia del hombre a la autorrealización es la mayor fuente de creatividad (Garaigordobil, 1995, p. 166).

Zelina (1992) ha formulado la hipótesis de la creativización: “la tendencia de la creativización es un proceso a través del cual algo, que puede ser sujeto, objeto, instrumentos, relaciones sociales y condiciones, se convierte en creativo”. La creativización no solo incluye el crecimiento de la personalidad hacia y a través de la creatividad, extendiendo éste crecimiento a situaciones, condiciones, ambiente en el que la persona vive. Son importantes dos estrategias de creativización: la creación de situaciones creativas y la evaluación de la creatividad (Garaigordobil, 1995, p. 168).

Dentro de los muchos conceptos de ésta teoría hay algunos supuestos con los que concuerda el presente trabajo:

- Cada uno en cada actividad puede ser creativo todo el tiempo y en cualquier lugar.

- Hacer creativa una personalidad significa desarrollar sistemáticamente funciones psicológicas (procesos) por medio de tareas, modelos y situaciones creativas.
- La creativización puede llevarse a cabo mediante entrenamiento y desarrollo de las funciones psicológicas de la personalidad; creativizando el ambiente.

1.3.3 El enfoque diferencialista

Éste enfoque, es el que hasta ahora ha tenido mayor trascendencia, fue el verdadero desencadenante del vuelco de la psicología occidental sobre el análisis de la creatividad, pues la necesidad social ha causado presión para que exista desarrollo de ésta.

La necesidad de contar con instrumentos de diagnóstico para esas formas particulares de superdotación con bajo rendimiento en algunas materias escolares y coeficientes intelectuales no brillantes, las demandas de competencias entre naciones, exigieron con urgencia que se conocieran las claves para poder desarrollar capacidades que marcaran superioridad sobre otros individuos (Romo, 1997).

1.3.4 El enfoque de la Gestalt

La Gestalt por su parte concibe el proceso creativo como un todo, un insight formando una totalidad que antes no existía (Rhyne, 1979, citado en Romo, 1997). Según ésta, el pensamiento productivo requiere de una restauración del problema, ya que el aspecto estructural y la formación del problema se deben al stress y a las tensiones del pensante (Romo, 1997).

Ésta corriente insiste en el hecho de que el todo es diferente a la simple suma de sus partes, y la creatividad, al igual que la resolución de un problema, consistiría en la posibilidad de romper la tendencia a responder de una forma común, generalmente estereotipada, que suele dominar, hecho que comporta una nueva forma de percibir las características de los objetos. Así la creatividad comienza con una situación problemática, con la percepción de algo inacabado, con el intento de organizar un todo significativo estructuras observadas (Garaigordobil, 1995, p. 156).

La concepción de la creatividad se funda en la convicción de que el pensamiento productivo no está directamente en la experiencia previa; así la elaboración de la situación problemática se produce mediante procesos perceptuales que llevan a que las cosas encajen y el sujeto vea la solución (Garaigordobil, 1995, p. 166).

1.3.5 Vygostki.

En 1930, Vygotski planteó sus concepciones sobre la imaginación y la creatividad en la infancia diferenciando la actividad reproductiva o memoria y la actividad combinatoria o creativa. Siendo entonces la actividad creativa cualquier actividad humana cuyo resultado no es la reproducción de aquellos que ha sucedido sino la creación de nuevas formas o actividades. Vygotski afirma que la imaginación creativa es la característica distintiva entre el mundo de la cultura y el mundo de la naturaleza, y las bases de toda actividad mental natural. Así la imaginación es la base de toda actividad creativa y está formando parte de la vida cultural, incluyendo el arte, la ciencia y la creatividad técnica (Garaigordobil, 1995).

Define que el niño a través del juego acumula experiencias y esto sería el inicio de su imaginación, pues lo que el niño ve y oye es el comienzo de su futura creatividad. Después de la experiencia viene un complejo proceso de reelaboración de éste material; siendo los componentes de éste proceso la disociación, la alteración o distorsión de elementos, y la asociación de impresiones sensoriales (Garaigordobil, 1995).

1.3.6 Edward De Bono.

Figuroa (2000) explica acerca de los desarrollos de Edward De Bono, quien es creador del pensamiento lateral, es éste una aproximación sistemática al pensamiento creativo. Radica principalmente en reconocer el funcionamiento de las redes nerviosas del cerebro humano como un sistema autoorganizado activo, contradiciendo el paradigma de que el cerebro es un sistema de información pasivo organizado externamente.

El sistema nervioso del cerebro permite que la información que ingresa se organice a sí misma en una sucesión de estados temporalmente estables, que se sucedan uno a otro, hasta formar una secuencia.

Bajo ésta teoría el pensamiento lateral es una forma de controlar la información, establece una analogía entre el funcionamiento del cerebro y el comportamiento de los sistemas de información autoorganizados, los cuales se basan en la construcción y uso de pautas. Con el estudio de dichos sistemas, se accede a la lógica de la creatividad.

Es preciso distinguir entre los dos tipos de sistemas de información: sistemas pasivos y activos. En los sistemas pasivos, la información y la superficie de registro son inertes, la actividad proviene de un organizador externo que ordena la información y la hace circular. En los sistemas activos la información y la superficie son activas y la información se organiza a sí misma.

El sistema donde la información que entra establece una secuencia de actividad, con el tiempo ésta secuencia de actividad se convierte en una especie de pauta; éstas pautas se siguen en función de la experiencia previa. El cerebro asimila sólo lo que reconoce (pautas existentes) de modo que cuando se analizan datos sólo se obtiene la idea que ya posee, es decir la información por sí sola no genera nuevas ideas. Sin embargo si se entra en el camino lateral, o desvío, desde otro punto, se puede seguir hasta atrás hasta llegar al punto de partida.

1.3.7 El análisis transaccional.

Ésta corriente ofrece una explicación del fenómeno de la creatividad, donde la estructura psíquica de cada ser humano se compone de tres elementos: El padre, el adulto y el niño, donde:

- El padre es la voz del pasado, las tradiciones, de las normas, preceptos, prohibiciones y convencionalismos sociales.
- El adulto es el contacto aquí y ahora con las situaciones externas e internas. Es eficientista, técnico, realista pragmático.
- El niño es el elemento espontáneo, curioso, imaginativo, juguetón y que algunas personas mantienen vivo y otras van reprimiendo a lo largo de los años. Es éste último el que da la clave de la creatividad (Rodríguez, 1985, p. 32).

1.3.8 El enfoque Conductista

A principios del siglo XX la teoría psicológica predominante en relación a los procesos de pensamiento era el asociacionismo. El modelo agrupa una serie de teorías que basan la explicación de los comportamientos externos en la existencia de asociaciones entre estímulos y respuestas. Ésta teoría propone que la resolución de un problema nuevo es el resultado de la transferencia de asociaciones desde situaciones antiguas a una nueva. Según Watson (1958) las respuestas en apariencia originales serían consecuencia de uno de dos procesos: (1) la situación nueva podría parecerse a una situación previa, conocida con elementos familiares que servirían de base para la generalización a la situación nueva de una respuesta que se dió previamente; y (2) si la situación nueva no tiene ningún parecido a la anterior, entonces el comportamiento del sujeto será aleatorio combinando distintas respuestas. Así se plantea que cualquier respuesta del sujeto por original que sea, está relacionada con las experiencias previas de ese individuo (Garaigordobil, 1995, p. 155).

Ésta perspectiva tiene un enfoque en el que se denota que el ser creativo mantiene las conductas debido a las recompensas que recibe en ello. Skinner representante de ésta corriente, determina que las personas se dedican a la actividad creadora a causa de una historia previa de recompensas, o reforzamientos positivos (Gardner, 1995, p.44).

Piaget, J. (1962), contribuyó de manera importante a comprender los procesos cognitivos relacionados con la creatividad. No se interesó en el estudio del proceso que da lugar a productos creativos, sus investigaciones se centraron más en la evolución de las diferentes formas de conocimiento que conducen a formas mas elevadas de pensamiento. Enunció una explicación del desarrollo de la creatividad que se basa en los procesos interrelacionados de asimilación y acomodación, viendo la unicidad del pensamiento creativo en los procesos asimilativos que son transformaciones subjetivas de la realidad (Garaigordobil, 1995 p. 165).

Un epistemólogo científico, Feldman (citado en Busse 1980), observa cuatro similitudes entre las etapas de desarrollo cognitivo y las creativas:

1. La reacción ante la solución, frecuentemente de sorpresa.
2. La solución primeramente vista como algo obvio.
3. La solución se va archivando a través de la solución.
4. La solución es irreversible una vez ejecutada.

Csikszentmihalyi se cuestiona ¿que es la creatividad? reemplazando la provocativa cuestión de ¿Dónde está la creatividad? y define tres tipos de nodos que son centrales es cualquier consideración de la creatividad:

1. La persona o talento individual
2. El campo o disciplina
3. El ámbito circundante que emite juicios sobre la calidad de individuos y productos (Gardner, 1995, p.55)

La interrelación entre estos tres sistemas determina conjuntamente la ocurrencia de la idea, objeto u acción creativa que sucede de ésta forma

“Si pensamos sobre ello, la razón por la que creemos que Leonardo o Einstein fueron creativos es porque hemos leído que así es, se nos ha dicho que es cierto; nuestras opiniones sobre lo que es creativo y porque están, en última instancia, basadas en la fe.

Tenemos fe en el campo del arte y la ciencia y creemos en el juicio del ámbito, esto es en el establishment artístico y científico”. (Csikszentmihalyi, 1988; citado en Romo, 1997).

Respecto al estudio de la creatividad Margaret Boden, ha tratado de develar los mitos y analizar los mecanismos; su objetivo es demostrar que la inteligencia artificial puede ayudarnos a comprender esos mecanismos. Se espera de éste trabajo que así como el trabajo de los ordenadores nos ayudan a comprender el proceso cognitivo, ayude a comprender el trabajo creativo, que solo es el uso de los mismos procesos, con resultados formidables (Romo, 1997).

Amabile, T. ha demostrado que las soluciones creativas de problemas se dan con mayor frecuencia cuando hay un valor intrínseco en el individuo, cuando disfruta de la recompensa de hacer la actividad por placer y no por la recompensa extrínseca (Veraldi, Veraldi, 1979). Amabile considera el ambiente como una influencia crucial sobre cada componente individual y sobre el proceso global, y marca tres componentes básicos de la creatividad, sea cual sea el ámbito de la dedicación (Romo, 1997).

MODELO COMPONENTIAL DE AMABILE (descrito en Romo, 1997)

	1	2	3
	DESTREZAS RELEVANTES PARA EL CAMPO	DESTREZAS RELEVANTES PARA LA CREATIVIDAD	MOTIVACION POR LA TAREA
INCLUYE	Conocimiento sobre el campo	Adecuado estilo cognitivo	Actitudes hacia la tarea
	Destrezas técnicas requeridas	Conocimiento implícito explícito de heurísticos para generar ideas novedosas	Percepciones de la propia motivación para acometer la tarea
	Talento especial relevante para el campo	Estilo de trabajo favorecedor	
DEPENDE	Capacidades cognitivas innatas	Entrenamiento	Nivel inicial de motivación intrínseca hacia la tarea
	Destrezas perceptivas y motrices innatas	Experiencia en la generación de ideas	Presencia / ausencia de limitaciones extrínsecas destacadas en el ambiente social
	Educación formal e informal	Características de la personalidad	Capacidad individual para minimizar cognitivamente las limitaciones extrínsecas

Otro factor de motivación intrínseca es la que describe Csikszentmihalyi como estado de flujo, el cual puede darse en cualquier campo, y se da cuando el individuo se encuentra dedicado al objeto de su atención, y se deja absorber por ésta, disfrutando de éste pleno el individuo se vuelve inconsciente del estado de flujo que lo absorbe (Gardner, 1995).

Guilford (citado en Amegan,1993) ha argumentado que al igual que la mayoría de los comportamientos humanos, la actividad creativa muy probablemente implica hasta cierto punto numerosas habilidades que han sido objeto del aprendizaje, obviamente la herencia puede poner en el individuo límites a estas habilidades; sin embargo a pesar de la carga genética éstas se han desarrollado muy significativamente a través del aprendizaje.

Sus descubrimientos más significativos fueron: no existe correlación entre C.I. y producción divergente. No existe correlación alta entre C.I., y producción divergente. Es común encontrar un C.I. superior a la media al obtener una alta producción divergente, más no existe una correlación alta ni una relación causal hipotética. Se encontró que las características de los genios creativos se encuentran en cierta medida en toda la población.

Guilford (Muñoz, 1994) detalla la esquematización del intelecto humano. Su teoría desarrollo el concepto de pensamiento divergente y a partir de éste situó sus ideas, desarrollando 4 componentes básicos en la creatividad:

FLUIDEZ	FLEXIBILIDAD	ORIGINALIDAD	ELABORACION
Es éste el torrente de ideas que siguen una misma dirección o significancia. Se trata de multiplicar las alternativas sin hacer caso de las restricciones lógicas o sociales o psicológicas que nuestra mente nos impone habitualmente. La multiplicidad de respuestas es el factor que facilita encontrar la alternativa.	Es la cualidad en una persona que permitirá que ésta se adapte a las nuevas técnicas de pensamiento, nuevas reglas de juego, llegando a prescindir de la propia ideología; interpretando un ángulo desde diversos ángulos.	Es la capacidad de producir ideas innovadoras, la originalidad se evalúa a partir de la novedad del producto obtenido. En concreto es aquello que aparece en una escasa proporción en una población determinada.	Implica definir los detalles de una idea, realizando el análisis necesario aún cuando éste proceso sea lento

Estos factores intelectuales del pensamiento divergente son desde luego, constitutivos, pero no son todavía acción, no son hechos. Son tan solo un trampolín. Que el salto se produzca depende de una cualidad que Guilford llama *capacidad de elaboración*. Dicho de otra forma:

la actividad creadora no es sólo el resultado de un determinado modo de pensar, es también la expresión de la personalidad (Matussek, 1984, p.27).

Guilford declara que cada una de las habilidades intelectuales en la creatividad existen dentro de cada individuo y tienen un nivel que puede ser bajo o alto dependiendo de la manera que el aprendizaje y la práctica los haya afectado y reafirmado independientemente de la carga genética tras de ellos (Romo, 1997).

La declaración de Guilford no se aplica únicamente a las habilidades cognitivas pues otras cuestiones como componentes clave de la creatividad y entre los que se encuentran la persistencia, el conocimiento, los intereses y la inteligencia, se han desarrollado en función de la historia de interacción del individuo con su ambiente y por tanto del aprendizaje; la concepción de la creatividad como un fenómeno complejo y compuesto impide argumentar lo contrario y situarla nuevamente como una especie de característica independiente del ambiente, una capacidad humana conformada por distintas componentes no puede deberse de ninguna manera a la herencia precisamente por la naturaleza diversa de estos y por la escasa probabilidad de que la estructura genética del individuo sitúe a todos y cada uno de ellos en un estado favorable; la creatividad como la hemos conocido es en gran parte aprendida (Romo, 1997).

Los distintos medios de práctica y aprendizaje de habilidades creativas han tenido un papel central en el proceso de adquisición y desarrollo de los componentes de la creatividad; Torrance (citado en Marin, 1984) afirma que popularmente la gente piensa que se puede aprender matemáticas e historia pero que no se puede aprender a tener ideas buenas abundantes y originales, sus investigaciones se han enfocado precisamente a demostrar lo contrario a través de la profundización en los diversos tipos de formas en que se estimula la creatividad; los hallazgos de Torrance revelan que los diversos procedimientos encaminados a esto, tienen éxito en porcentajes variables.

Parnes (citado en Marín 1984) argumenta que de acuerdo al análisis sobre los efectos de cursos de creatividad impartidos por la universidad de Buffalo, la enseñanza enfocada a la creatividad tiene resultados satisfactorio; los niveles de creatividad detectados en los participantes de dichos cursos se encontraban por encima de aquellos que no habían asistido. La superioridad en los niveles se puede ver tanto en la producción adicional a éste incremento fue el aumento de ciertos rasgos en la personalidad de los individuos, tales como

en la cualitativa de ideas. Igualmente se constató que un efecto adicional a éste incremento fue el aumento de ciertos rasgos en la personalidad de los individuos, tales como el control de sí, la necesidad de éxito, la confianza e independencia, fuerza de persuasión, iniciativa y mando.

De las investigaciones de Parnes se refiere que los cursos enfocados al desarrollo de la creatividad proporcionan beneficios cualquier persona, sea o no creativa, indistintamente de las características de la persona. Verificándose con esto que los efectos de estos cursos se prolongaban más allá de 8 meses después de la terminación del curso, dependiendo del interés y práctica del individuo.

A partir de esto se hace evidente que los métodos estructurados y semiestructurados tiene un efecto real y benéfico en el desarrollo del comportamiento creativo, no todo intento de enseñanza es exitoso pero mayoritariamente tales prácticas funcionan de forma adecuada; la enseñanza que está relacionada con la creatividad es ciertamente importante; cada individuo creador, tiene una historia propia de aprendizaje la cual de acuerdo a su entorno le deja desarrollar su creatividad en base al dominio de su actividad. De ahí que si además el individuo tiene alcance a un método estructurado enfocado al desarrollo de la creatividad que favorezca ésta, su dominio hacia el desarrollo de su actividad podrá crecer.

Fleishman y Bartlett (citados en Sternberg, 1988) presentan cinco puntos que se refieren a las características generales de las habilidades y que deben ser tomadas en cuenta de manera previa a estudiarlas y/o intentara adquirirlas:

1. Las habilidades son producto de la maduración y el aprendizaje, se desarrollan en diferentes proporciones desde el nacimiento y hasta el término de su vida.
2. Las habilidades son constantes y relativamente difíciles de cambiar.
3. Las habilidades presentes en un individuo afectan la rapidez con la que éste aprende cosas nuevas.
4. Una habilidad específica puede ayudar en el aprendizaje de una gran variedad de datos o tareas específicas más que otra habilidad.
5. Las habilidades son generales y varían en el nivel de destreza que el individuo tenga de ellas.

La anterior descripción de las propiedades y características presentes en las habilidades nos permite deducir otros puntos importantes con respecto al entendimiento y enseñanza de la creatividad, la primera afirmación confirma que el aprendizaje es una de las bases principales en la que se asienta la creatividad; sin embargo en esas mismas líneas se agrega la relevancia de la maduración y el papel que el paso del tiempo tiene en tal capacidad, confirmando así la argumentación sobre que la producción divergente como elemento cognitivo humano está presente a lo largo de toda la existencia del individuo y es afectada en distinto grado por su nivel de maduración, la influencia cronológica en nuestras habilidades nos lleva a concebir a la creatividad como una habilidad que varía de acuerdo a la edad del sujeto.

El segundo punto sobre las características de las habilidades nos lleva a pensar que es necesario iniciar el aprendizaje de habilidades ligadas a la divergencia desde una edad temprana, debido a que esto implica que el individuo realice un mayor número de aprovechamiento durante más tiempo, respecto de sus habilidades y por lo tanto un gradual dominio de las mismas.

El tercer punto nos hace notar la utilidad de tener capacidades divergentes entre nuestro repertorio base de habilidades, pero también implica que el aprendizaje o desarrollo de estas habilidades será más útil entre más temprano se realice debido al dominio adquirido y a la utilidad obtenida en el aprendizaje de otras actividades; se hace referencia también a otro punto que ésta referido a si las habilidades presentes afectan la rapidez del aprendizaje, su ausencia o desconocimiento lo afectan y si agregamos el cuarto punto referente a que ciertas habilidades tienen utilidad específica en la apropiación de ciertos conocimientos, concluyendo que la falta de capacidad creativa limita o no optimiza nuestro desarrollo intelectual.

El quinto punto revela un aspecto que hasta ahora no se había distinguido claramente: la creatividad como habilidad varía en el grado de destreza que el individuo tenga de ella y que mantenga en ella; como una habilidad, la adquisición solo es una fase de todo el proceso de apropiamiento, la práctica determina la destreza que se tenga en ella y establece definitivamente tal capacidad.

Las habilidades cognitivas ligadas a la creatividad son el núcleo de la misma ya que de ahí se genera la reelaboración de información que lleva a una idea nueva, la cual mediante los

demás procesos y factores envueltos en el fenómeno creativo, la materializan finalmente; la divergencia es una parte del intelecto humano que está latente en cada individuo y que lleva por función crear a partir de un estímulo, una línea de pensamiento divergente, produciendo así resultados tan poco comunes o innovadores (Guilford, 1977; Amegan 1993).

El positivismo conductismo hace amagos de aproximarse a la creatividad en forma de lo que Maltzman (1960) llamó entrenamiento en la originalidad. De ésta versión asociacionista se pretende encontrar conexiones entre los conceptos. De aquí parte Mednick (1962), cuya versión de las asociaciones remotas contó con un gran apoyo introspectivo en la literatura que él refiere citando sobre todo a Poincaré. De ésta teoría se desarrollo un instrumento que pretendía medir la creatividad, que sin éxito fue acusado de medir la habilidad de hacer crucigramas.

Los conductistas han tratado de estudiar la creatividad al mismo tiempo que la inteligencia humana. Lo mismo que el vocablo inteligencia el término creatividad se ha aplicado a una amplia gama de situaciones, individuos (Gardner, 1995).

Gracias a la revolución de la medición psicológica (psicometría) asociada con los trabajos de Binet y Terman, en California el concepto de inteligencia y la medida CI se hizo aplicable el concepto a diversas situaciones; por lo tanto se tenía en concepto de que dichos tests eran suficientes para indicar la inteligencia de un individuo. Se desarrollaron diversos tests los cuales popularizaron la idea de que la inteligencia era la habilidad que permitía el éxito en un individuo.

A mediados del siglo pasado Guilford, J. afirma que la creatividad no equivale a la inteligencia y declaraba la necesidad de crear medidas que determinaran que individuos tenían potencial para ser creativos. La idea clave en la concepción psicológica de la creatividad es el pensamiento divergente (Gardner, 1995, p. 38)

Barron en los años sesenta sistematizó los estudios acerca de la persona creativa a partir de la utilización de tests de creatividad y propuso una nueva caracterización:

- A los individuos creativos les gusta la complejidad.
- Los individuos creativos son más diferenciados y complejos psicológicamente.
- Los individuos creativos son más independientes en sus juicios.
- Los individuos creativos son más dominantes y narcicistas.

- Los individuos creativos reaccionan contra las limitaciones. (Muñoz, 1994, p. 15).

En la medida estándar se considera a las personas inteligentes como convergentes; siendo éste tipo de personas las que dan a una situación o problema una solución convencional a ésta. En cambio las personas creativas, ante el estímulo o problema tienden a hacer asociaciones diferentes, algunas de las cuales pueden ser peculiares y únicas, obteniendo un abanico de opciones como respuesta.

Después de éste desafío los psicólogos llegaron a las siguientes conclusiones:

1. Primero creatividad no es lo mismo que inteligencia. Sin embargo estos rasgos son correlativos, un individuo puede ser más creativo que inteligente y viceversa.
2. Los tests de creatividad son fiables. Es decir si un individuo repite la evaluación de un test de creatividad es probable que obtenga un puntuación similar usando alguno diferente.
3. No ha sido posible demostrar que los tests de creatividad sean válidos pues una puntuación alta en un test no indica que uno sea necesariamente creativo en su profesión, ni que siendo creativo se presente exhiba los tipos de destreza de pensamiento divergente que caracterizan a los tests de creatividad (Gardner, 1995, p.39).

Resume que en cualquier acercamiento de la creatividad, uno debe tener en cuenta un sinnúmero de factores y sus múltiples interacciones (Gardner, 1995).

Desde el punto de vista de la gúestalt los tests de creatividad expresan tan solo una noción superficial de la creatividad humana. De igual modo su opinión es que resulta superficial la cuestión de la creatividad psicométrica, así como la falta de claridad acerca de los procesos mentales supuestamente usados para resolver dichas cuestiones.

Como alternativa ésta corriente propugna una investigación basada en ordenadores, sobre la resolución de problemas científicos de gran importancia que requieran de procesos de pensamiento creativo para llegar a una solución original.

De ésta forma los programas de ordenar pueden generar soluciones a través de procesos de pensamiento deductivo, inductivo y generalización. Y aunque a través de éste método se

pueden llegar a conclusiones de relevancia científica no está comprobado que los humanos usen los mismos procesos que los ordenadores.

Mihaly Csikszentmihalyi señala que aún cuando el ordenador trabaje, el programa informático debe comenzar con el problema, los datos que se usarán y los algoritmos que ayudará a lograr la solución deben ser suministrados por un humano. En cambio cuando el humano se topa con problemas creará nuevos métodos de análisis para llegar a la solución.

Investigadores cognitivos importantes (Margaret Boden, David Perkins, Rote) han descrito los modos en que los individuos creativos identifican los problemas y los espacios de solución que parecen prometedores como buscan en estos espacios aproximaciones al problema planteado y pistas que puedan dar buenos resultados; cómo evalúan alternativas de solución y despliegan recursos de tiempo y energía para investigar y como reflexionan sobre sus propios procesos creativos (Gardner, 1995).

Otros investigadores cognitivos han puesto su atención en el desarrollo de los entramados de ideas de personajes creativos; así pretenden estudiando sus ideas, su uso de conceptos y modelos, encontrar principios que se extiendan más allá del individuo observado. Uno de estos investigadores es Howard Gruber quién se caracteriza por haber descubierto varios principios estudiando la vida de científicos notables (p. e. Charles Darwin, Jean Piaget). Encontrando que estos individuos se dedican a una amplia y extensamente interconectada red de iniciativas; manifiestan un conocimiento de la finalidad o voluntad que impregna todo éste entramado, dando sentido a sus actividades diarias; procuran la creación y aprovechamiento de imágenes de amplio campo de aplicación; y muestran un estrecho lazo con los elementos, problemas o fenómenos que están siendo estudiados (Gardner, 1995).

Con lo anterior se mencionan corrientes y su aportación al avance en el estudio de la creatividad, tratando de volverla tangible. Más dentro de la psicología no debemos dejar de considerar aspectos como rasgos de personalidad que aparecen con mayor frecuencia en la observación de personajes creadores.

Según estudios realizados en Berkeley Institute of Personality Assessment algunos de éstos son: Independencia, Confianza en sí mismos, Ausencia de convencionalismos, Viveza, Acceso fácil a procesos inconscientes, Ambición , Entrega al trabajo . Sin embargo aún no

es claro si las personas que manifiestan éstos rasgos son creativas en sí por los rasgos o la creatividad es la que genera éstos.

Torrance (1977), desarrollo innumerables talleres con diversas técnicas y enfoques cognitivos para desarrollar el pensamiento divergente. Así mismo ideó pruebas para medir la creatividad, tanto espacial como verbal, tal es el caso del Test Torrance de usos múltiples. El cual está basado en el concepto de producción divergente y refleja el carácter cuantificador de ésta etapa. En él se presentan diversos estímulos verbales o gráficos y se pide que se elaboren cierto tipo de respuestas. Torrance centra su interés en la creatividad por dos ideas: una persona creativa tiene más posibilidades de salir de crisis personales; la humanidad requiere ser creativa para afrontar las crisis y retos.

Así concuerdo con la idea de que las habilidades facilitan que el sujeto produzca un número amplio de ideas, que desarrolle nuevos puntos de vista, permita nuevas asociaciones y evite la rigidez y la monotonía en sus concepciones; una manera de alcanzar tales capacidades es mediante la adopción o diseño de estrategias que gradualmente y mediante ejemplos fomenten las habilidades mencionadas

1.3.9 Sternberg y Lubart

Ésta reciente teoría propone que la creatividad implica 6 fuentes: procesos intelectuales, conocimiento, estilo intelectual, personalidad, motivación y contexto ambiental. Siendo la realización creativa el resultado de la confluencia de estos distintos elementos. Estos investigadores proponen una visión basados en la teoría de inversión, donde los inversionistas tienen un lema, “compra a la baja, vende a la alta”. Esto aplicado a la creatividad dice que comprar a la baja en cualquier ámbito requiere de un riesgo ya que puede que nunca se revaloricen sus esfuerzos. Así como no todas las mercancías que tienen una cotización baja subirán, tampoco todos los conceptos o ideas que son puestos a prueba generarán de manera continua productos creativos (Sternberg, Lubart, 1995).

Es decir en ocasiones el desarrollo de un producto creativo requiere de asumir el riesgo y contar con una motivación intrínseca y ciertas características de personalidad, para dar la fuerza necesaria al producto creativo y que éste tenga éxito. Por lo tanto el riesgo deberá ser controlado disminuido o presentado de una forma diferente al individuo, permitiendo que éste pueda desarrollar su producto creativo sin temor. Así los individuo creativos que

asumen riesgos, perseveran y prácticamente cambian los enfoques existentes de las cosas, luego pueden escoger vender a la alza.

Respecto a los estilos intelectuales Sternberg y Lubart (1995) han destacado 3 estilos característicos de las personas creativas:

- a. Legislativo. Que implica guiarse por las propias reglas, procedimientos o ideas.
- b. Global-Local. Ya que ambas pueden ser beneficiosas por la creatividad, dependiendo del tipo de tarea.
- c. Progresivo. Con tendencia a orientarse a lo nuevo, al cambio y a la innovación (Garaigordobil, 1995)

1.4 México.

En México se puede ubicar gran parte del trabajo de divulgación, gracias a Mauro Rodríguez Estrada quién ha creado espacios, asociaciones, conferencias, diplomados, donde se ha resaltado el hecho de que la creatividad es desarrollable, y es posible que se encuentre latente en las personas.

Algunas de las implicaciones que hace Rodríguez (1995) respecto a la creatividad son:

- Se pueden inventar cosas y nuevos modos de hacer las cosas acostumbradas (fondo y la forma).
- En el pensamiento convergente el pensamiento solo se esfuerza por llegar al punto ya definido. En el pensamiento divergente (lateral) se pone en juego la creatividad individual para llegar a la respuesta.
- La creatividad se mantiene en la esfera de las ideas, en cambio la interpretación de la realidad busca productos en el mundo físico y en la esfera social.
- La creatividad utópica puede darse en individuos que se mantienen lejos de la realidad, pero en la creatividad integradora la persona acaba engranándose con la realidad a través de sus mismas creaciones, siendo éstas de utilidad a la sociedad.
- Creación modesta, es en la que se da valor a un reducido círculo (el individuo y su entorno social).
- Creación trascendente al medio, es valorizada también en ambientes profesionales próximos al individuo.
- Creación trascendente a la humanidad, permanece válida a través de los países y épocas.

Quiero cerrar éste capítulo con lo que mencionan diversos autores que llevan implícito éste mensaje y lo retomo a partir de García (1998), la creatividad es importante para el humano porque:

- Vive mejor, pues encuentra autorrealización
- Aporta a ser mejor persona en sus relaciones interpersonales
- Para administrar estratégicamente
- Para solucionar los problemas y satisfacer todo tipo de necesidades
- Para ser competitivos dando más calidad con servicio y rapidez

CAPITULO 2

DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD Y MAPAS MENTALES

La creatividad puede ser desarrollada, existen algunas técnicas más relevantes que otras, creo que cuando una persona escoge una técnica de estudio, o de desarrollo, debe elegir aquella que sea más acorde con su estilo personal de aprendizaje y de desarrollo; es decir debe creer que la técnica funcionará consigo mismo, en mi caso particular escogí los mapas mentales pues en mi estilo personal de estudio y aprendizaje he utilizado patrones similares a ésta, supongo que no todas las personas pueden adoptarla como afín; sin embargo expongo a continuación se describen los aspectos por los que considero que puede ser útil en el caso del presente trabajo.

2.1 Aspectos de la enseñanza creativa

Los proyectos de reformación a mediados del siglo pasado en E.E.U.U. consideraron que la educación era el mecanismo básico para lograr el necesario cambio social que los llevara al progreso y por tanto se apoyó todo lo que ayudara a optimizar el proceso de enseñanza y aprendizaje y la posterior inserción laboral (Tortosa, 1998).

En 1959, la Conferencia de investigación en torno a la identificación del talento creativo en la ciencia, impulsó a un comité para encargarse de definir la función de la experiencia educativa en el desarrollo del talento creativo en la ciencia. Dicho comité se pronunció a favor de que la productividad del temperamento creador puede ser deliberadamente desarrollado (Veraldi 1979).

Guilford al respecto manifiesta: Al igual que la mayor parte del comportamiento, la actividad creadora representa probablemente en cierta medida unas aptitudes aprendidas. Tales aptitudes pueden verse limitadas por la herencia: pero, dentro de esos límites, el aprendizaje puede incrementar las aptitudes en cuestión.

La primera verificación de esto a escala significativa se realizó en la Universidad de Buffalo, donde hubo dos grupos. El grupo A que realizó tests antes y después, de haber tomado tres cursos de creatividad. El grupo B no recibió instrucción alguna. Los resultados arrojaron lo siguiente:

1. Los individuos del grupo A adquirieron un aumento sustancial en la producción cuantitativa de ideas. Mientras que el grupo B no mostró cambios.
2. En cuanto a la producción cualitativa de ideas, la superioridad correspondía también al grupo A.
3. Hubo variaciones en los rasgos de personalidad, los del grupo A tuvieron un incremento en la dominancia. Pero en autocontrol y necesidades de realización no hubo cambios. Para el grupo B no hubo cambios. (Veraldi 1979)

Buzan (1996) manifiesta que la investigación ha demostrado que durante el proceso de aprendizaje, el cerebro humano recuerda principalmente lo siguiente:

- Temas referentes al comienzo del período de aprendizaje.
- Temas referentes al final del período de aprendizaje
- Cualquier cosa o cosas asociadas a otras, o pautas ya archivadas, o vinculadas con otros aspectos de lo que se está aprendiendo.
- Cualquier punto que esté acentuado por ser de algún modo único o sobresaliente.
- Todo lo que llame fuertemente la atención a cualquiera de los cinco sentidos
- Todo aquello que sea de especial interés.

De ésta forma el aprendizaje se da de manera inmediata y posteriormente disminuye en forma dramática para ser recordado muy poco después de un lapso de horas.

Rodríguez (1995) recomienda que, en el caso de los adultos es importante considerar algunos conceptos psicopedagógicos:

- El conocimiento de uno mismo. Implicando estar consciente de nuestros intereses, cualidades, capacidades, habilidades y limitaciones. Con ésta autovaloración, se forma un concepto completo del propio potencial creador.
- El método y la disciplina. La disciplina en el trabajo es el mejor método para encontrar la creatividad en uno mismo.
- La confianza en sí y en la obra. Una confianza que implique entusiasmo, amor, gozo, por cualquier actividad que realicemos.

- El manejo del inconsciente. El manejo de los obstáculos y metas personales trabajarán en el inconsciente por lo que la fuerza del yo requerirá aplicar el balance necesario para el desarrollo creativo.

2.2 Aspectos del entorno creativo

García (1998) explica que para lograr un grupo creativo es necesario cuidar que se cumplan ciertos requisitos en los diferentes entornos donde se desarrolla el individuo, cuidando que se proporcione un ambiente adecuado para que ellos mismos descubran y desarrollen su creatividad.

Dicho autor explica 4 entornos en los que el ser humano se desarrolla:

1.-Entorno familiar

En relación a éste entorno y de acuerdo a las investigaciones realizadas por el autor resaltar que hay características encontradas en los padres que han formado hijos creativos y son:

- Alto nivel de respeto por sus hijos. A sus ideas y opiniones, considerándolo desde niño apto para pensar.
- Los padres son permisivos, tolerantes y dejan espacios de libertad
- Los padres saben escuchar realmente, son empáticos
- Los padres no utilizan el pensamiento crítico, son asertivos
- Construyen un ambiente rodeado de libros, arte y cultura, estimulando las salidas y viajes de estudio

2.- Entorno escolar

En éste entorno se considera que toda persona invierte gran parte de su vida y éste debe ser visto como una extensión del entorno familiar puesto que el aprendizaje no se detiene a lo largo de la vida.

En éste ambiente debe ser promovida la libertad y tolerancia hacia los educandos proporcionándoles oportunidades para ser escuchados y evitar la crítica innecesaria cuando se trate de la expresión y experimentación de las habilidades creativas.

- Periodo escolar básico y periodo intermedio (primaria a universidad)
Considerar que las actividades de aprendizaje se den a través del juego, estimulando los cinco sentidos. Existiendo prácticas para pensar, reflexionar, y recordar. Generando un ambiente de confianza y buen humor y reconociendo la iniciativa y los logros creativos.

- Periodo escolar avanzado (después de que termina una carrera universitaria) Se debe continuar estimulando la práctica de habilidades; la responsabilidad de aprendizaje depende de la persona que se desarrollando, dejando correr la propia iniciativa, poniendo atención a extender el uso y sentido de exploración, perfeccionar la práctica de los diferentes tipos de pensamiento aprendidos, motivación constante, elevando a su vez el número de lectura de libros.

3. Entorno social

Éste entorno es considerado como un puente entre lo escolar y lo organizacional. En el siglo actual es necesario que se forme una sociedad abierta al conocimiento y a la creatividad; y consecuencia de esto será el desarrollo económico y educativo. A su vez un entorno social con apertura, que permita la expresión de diversas formas de pensamiento favorecerá el desarrollo de la creatividad.

4. Entorno organizacional

Éste entorno es que debiera prevalecer en las organizaciones, considerando dos tipos de condiciones para que se de la creatividad:

- Condiciones físicas

Se refieren al ambiente es instalaciones, el diseño deberán ser adecuadas a las personas que las van a ocupar, cumpliendo con requisitos ergonómicos que estimulen el vigor del personal. La estimulación deberá darse en los cinco sentidos (visuales (cuadros), auditivos (música ambiental), temperatura adecuada, espacios donde se puedan realizar reuniones de análisis y desarrollo de la creatividad y espacios donde la gente pueda hacer ejercicios de silencio, reflexión, y aprendizaje.

- Condiciones sociales

Éste ambiente sugiere que existan las siguientes condiciones: comunicación abierta, donde todos escuchen y la comunicación sea amplia (habladas y escritas). Provocar un clima donde exista confianza, apertura, interés por las necesidades de los demás, respeto y tolerancia, procedimientos flexibles para hacer la organización lo más ágil posible, donde se permita cometer errores y cuando estos sucedan se permita el aprendizaje por la experiencia, equidad en el trato. Por otra parte el alumno debe dar un verdadero compromiso hacia un objetivo común, generando verdadero trabajo en equipo. Se debe estimular la facultad de soñar y de aterrizar esos sueños en conceptos reales. Y por supuesto reconocer a las personas que desarrollen obras, conceptos, productos y servicios. Evitar “matar” las ideas, cuando estas se expresan.

Garaigordobil (1995) define algunos factores que obstaculizan o favorecen la creatividad en contextos educativos:

FAVORECEDORES	OBSTACULIZADORES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fomento del autoconocimiento y la autoconciencia, educando en tolerancia ▪ Promoción del análisis de problemas humanos ▪ Permisividad en la libertad de elección ▪ Exposición directa a situaciones que permitan ver con nuevos ojos el medio. ▪ Experimentar con los objetos problemáticos para poder transformarlos. ▪ Cuestionamiento de la rigidez en los patrones ajustados al género. ▪ Estimulación a través de tareas verbales y gráfico-figurativas y el juego. ▪ Ejercitar la creatividad social, cambiando normas existentes de manera razonable. ▪ Promover la seguridad de ser aceptado, la alegría de vivir, la confianza, la entrega, compromiso y necesidad de logro. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bloqueos congnotivos: <ul style="list-style-type: none"> ◆ Bloqueos perceptivos. ◆ Bloqueos por fijación de procedimientos ▪ Bloqueos afectivo-emocionales <ul style="list-style-type: none"> ◆ Inseguridad, sentimientos de hastío, miedo a cometer errores. ▪ Bloqueos sociales

2.3 La persona creativa

Gardner (1982) en su obra arte, mente y cerebro; hace un ensayo referido a la creatividad en los años adultos, el que inicia haciendo un importante aclaración: "Los individuos continúan desarrollándose durante toda su vida". Ésta aclaración es relevante en el sentido de que la mayoría de las investigaciones acerca de creatividad, aprendizaje e inteligencia se han hecho con niños; y erróneamente se descuida el proceso de desarrollo del adulto.

En éste ensayo describe el trabajo de algunos investigadores de la creatividad como Gruber, psicólogo cognitivo, quién realizó estudios de la creatividad en la vida adulta y su obra destaca el proceso creativo de Darwin. Dicha obra consiste en haber estudiando minuciosamente una serie de cuadernos en lo que Darwin había confeccionado listas de

pensamientos, apuntes, interrogantes, sueños, esquemas, comentarios, argumentos, notar, que organizó y reorganizó continuamente; la descripción de estas notas parecían ideas atropelladas unas con otras de una manera caótica, donde el orden subyacente es algo a construir, no a observar. Esto sugiere que el investigador de la creatividad debe identificar el mapa cognitivo del pensamiento que capte la perspectiva que tiene el pensador de su proyecto, en diversos puntos de la evolución de éste.

Gruber considera que la persona “pensante total” encierra una cantidad de subsistemas en interacción, uno de esos implica la organización del conocimiento; así la persona creativa busca relacionar diversas facetas y teorías que se encuentran dispersas en su campo de interés a efectos de encontrar una síntesis coherente y completa.

Siendo en ocasiones que el individuo creativo produce una red de actividades, un complejo de búsquedas que atrapa su curiosidad durante largos periodos, dando lugar a una vida creativa muy dinámica.

Además observó que el individuo creativo puede ser inundado de metáforas visuales, con las que el ser hace analogías a otros fenómenos, en el caso de Darwin visualizó un árbol en el que dedujo la teoría de evolución de las especies; aunque en otras ocasiones visualizaba a la naturaleza como un bosque enmarañado y a la selección natural como cuñas tratando de introducir ciertas estructuras a la fuerza en las brechas de la naturaleza. De igual modo Gruber para transmitir su propio punto de vista sobre el proceso creativo, recurre a la imagen del arbusto que siempre arde pero nunca se consume.

Otro sistema que opera es el referido al propósito de la guía, la búsqueda del individuo no se puede considerar un mero reflejo de ciertas motivaciones inconscientes o de elecciones casuales de carreras, por el contrario el creador está motivado por una serie de problemas y proyectos conscientes que se propone verificar con regularidad y llevar a cabo hasta complementarlos. Así el individuo creativo llega a amar su trabajo, no puede vivir sin él, obteniendo de éste una satisfacción similar a la que tiene un individuo que ama a alguien más. Pese a la aventura creativa el individuo inmerso en ésta puede experimentar soledad, además de que las posibilidades de fracaso pueden ser altas, por lo que se requiere de valentía para continuar sobre el objetivo.

Algunos seguidores de Piaget marcan una cuestión importante y radica en determinar si la verdadera calidad de los procesos creativos del pensamiento, sufre alguna transformación

después de la adolescencia. Según Piaget el nivel de pensamiento más elevado (operaciones formales) se alcanza durante la adolescencia, y la manera fundamental en que ocurre el pensamiento ya no se modificará. Algunos estudiosos de Piaget han planteado la existencia de una aptitud cognitiva adicional, la de encontrar problemas; ésta propensión evidentemente crucial solo puede suceder en periodos posteriores a la adolescencia y parece ser cualitativamente diferente de las aptitudes lógicas descritas por Piaget.

Este ensayo cierra con la conclusión: la incidencia de la conducta creativa extrema es tan poco común que quizá solo pueda ocurrir en circunstancias muy especiales, David Feldman colega de Gruber dice que es necesaria una coincidencia; esa conjunción de factores genéticos, familiares, motivacionales y culturales, todos los cuales deben estar presentes para que los esfuerzos de un Einstein, Darwin o un Beethoven lleguen a concretarse.

Rodríguez (1994), en su libro el arte de vivir hace algunas especificaciones respecto a la persona creativa: “ asociamos una vida plena - arte de vivir- con buena salud, energía, productividad, serenidad, armonía interna y externa, realismo lucidez, apertura, abundancia, alegría. La creatividad por su parte sugiere novedad, frescura, exploración, aventura, sorpresa, entusiasmo, crecimiento, esperanza, interés, variedad, bienestar económico y progreso social.

Así mismo aclara: “un prejuicio común entre nosotros es pensar que la creatividad se refiere a la producción de objetos; pero no, la persona creativa lo es de la mañana a la noche y en especial en su modo de enfrentar la vida. No hace falta que produzca obras de arte: su vida es su gran obra de arte”. “Al construirnos y al crear objetos y servicios, liberamos tensiones, nos encontramos con nuestro yo profundo y nos colocamos con dignidad y prestigio en la entramada de nuestra comunidad”.

Rodríguez (1995), hace referencia a las culturas extranjeras quienes desde su primera infancia cultivan su necesidad de logro, lo cual a su vez es reflejo de su capacidad creativa. Y describe al mexicano quien desarrolla habilidades como: inhibido, fanfarrón, susceptible, dependiente, disimulado, servil. Hace algunas sugerencias para el desarrollo de la autoestima, que impliquen el desarrollo creativo: autoaceptación, hablar bien de uno mismo, aceptar alabanzas y cumplidos, presentarse físicamente agradable, limpio y bien vestido, valorizar con orgullo la profesión, cultivar la superación personal.

Sternberg y Lubbart (1995) indican que aunque una persona pueda comprar a la baja y vender a la alza en el mundo de las ideas ello no determina que quiera hacerlo; pues siendo la persona potencialmente creativa y no demostrarlo puede ser porque no tiene los rasgos de personalidad necesarios.

Ellos consideran que la personalidad es un disposición relativamente estable que puede cambiar con el entorno y con el tiempo; es decir que ésta personalidad no está grabada, o fija en el individuo, y de algún modo pueden ser manipuladas por el individuo para su propio beneficio, por consiguiente aunque las personas no tengan atributos que constituyen una personalidad creativa, uno puede desarrollarlos en sí mismo.

Perseverancia ante los obstáculos.	Los obstáculos pueden ser endógenos y exógenos. Los obstáculos endógenos pueden ser el bloqueo mental, al quedarse estancado en la forma de ver un problema. Otro obstáculo es la rigidez interna, puede que nos sintamos incómodos poniendo en tela de juicio las viejas vías, o que seamos incapaces de desafiar la autoridad.
Voluntad de asumir riesgos sensibles	Superar obstáculos y enfrentar riesgos va en contra de lo que comúnmente se nos recomienda; las personas que juegan a un juego seguro tal vez se sientan satisfechas de no recibir negativas, pero no son personas que han hecho las contribuciones más creativas
Tolerancia a la ambigüedad.	Lado contrario al perfeccionamiento del creativo está el que tiene demasiada prisa por proponer su idea creativa, tomando las cosas irreflexivamente. Así la tolerancia a la ambigüedad se refiere a la capacidad de aguantar la incertidumbre y el caos que resultan cuando un problema no está claramente definido
Apertura a la experiencia.	Algunas personas siempre parecen proponer nuevas ideas y otras no; esto puede estar basado en la apertura que muestras las personas a vivir nuevas experiencias, buscando inspiración
Fé en uno mismo y el coraje de las convicciones propias	Algunas personas creativas pueden haber experimentando durante su vida aceptación social de su labor, pero aún así han vivido periodos en los que pareciera que nadie cree en ellos, es en esos momentos en los que la fe en uno mismo puede ser lo único que salve de la desesperación.
Voluntad de crecer	Algunas personas consiguen en la práctica el éxito y puede que éste llegue a recompensar a raudales cualquier cosa. Socialmente existen diversas presiones que conducen a las personas a seguir o no con una idea creativa; una de ellas es el temor al fracaso, otra es el hecho de que la gente cambie y se afecte la relación interpersonal.

Sternberg y Lubart (1995) sugieren que no es fácil cambiar pero si se quiere seguir siendo creativo, hemos de querer desarrollarnos y crecer, aunque haya fuertes presiones endógenas y exógenas que nos limiten a permanecer donde estamos.

En un informe de la comisión mundial de la cultura y el desarrollo (Pérez de Cuellar, 1996) afirman que todos somos potencialmente creativos, la exageración de la racionalidad, el razonamiento tecnocrático, las estructuras organizativas o comunitarias restrictivas, así como una excesiva confianza en los enfoques tradicionales pueden disminuir o destruir su potencial. De ahí sugieren que el prestigio acordado a las artes nos lleve a descuidar las innumerables modestas empresas imaginativas que insuflan vida al cuerpo social. Al no poder enseñar o imponer que la creatividad se debe cultivar.

Roger Von Oech, desarrolló su historia de las ideas, conceptualizando diez candados que son resultado de su experiencia como consultor en el campo de la creatividad. Cuando se tiene necesidad de pensar diferente, a la actitud que puede impedirlo se le llama “candado mental”, conocer estos bloqueos es útil para comprender y superar las trabas mentales (Figuerola, 2000).

CANDADO MENTALES Y SU REFERENCIA

#	CANDADOS MENTALES DE VON OECH	REFERENCIA
1	La respuesta correcta	Los sistemas educativos
2	Eso es ilógico	La bilateralidad del cerebro humano
3	Seguir las reglas	Paradigmas
4	Ser práctico	La mediocracia
5	Evitar la ambigüedad	El lenguaje
6	Errar es incorrecto	Psicología de la conducta
7	Jugar es frívolo	Experimentación lúdica
8	Esa no es mi tarea	La especialización riesgosa
9	No ser tonto	Temor a la crítica
10	No soy creativo	Motivación

2.4 El cerebro y el proceso de aprendizaje creativo

El astrónomo Sagan, C. define al cerebro como un código de órdenes, el cual tiene una estructura que refleja todas las etapas que han pasado en su evaluación. El cerebro ha aumentado su complejidad y contenido de información a través de millones de años. En la profundidad del cerebro se encuentra la parte más antigua: el denominado tallo cerebral, donde se dirigen los ritmos vitales, como los latidos del corazón y la respiración (Buzan, 1996).

Posteriormente las funciones superiores del cerebro han evolucionado en tres etapas.

1. El complejo R, que cubre el tallo cerebral, es la sede de la agresión, territorialidad, y el establecimiento de jerarquías sociales.
2. El límbico, es la fuente principal de las emociones, estados de ánimo, angustias, celos y cuidado de los hijos.
3. La corteza cerebral, que comprende dos terceras partes de la masa cerebral, es el lugar donde la materia se transforma en conciencia, sede de ideas y aspiraciones; se regula la vida consciente como leer, hacer matemáticas, música; es el reino de la intuición, el arte y el análisis crítico. La civilización es producto de ésta (Figueroa, 2000).

El profesor Kouzmich Anojin, de la Universidad de Moscú hizo la siguiente declaración, después de 60 años de investigaciones: “Podemos demostrar que cada una de las diez mil millones de neuronas del cerebro humano tiene una posibilidad de establecer conexiones expresada por la unidad seguida por 28 ceros!

Si una sola neurona tiene un potencial de semejante magnitud, mal podemos imaginar lo que es capaz de hacer todo el cerebro. Lo que esto significa es que, si se pudiera escribir, el número total de combinaciones/permutaciones posibles en el cerebro estará representado por un 1 seguido de 10,5 millones de kilómetros de ceros! No existe todavía un ser humano que sea capaz de usar el potencial de su cerebro. Por eso no aceptamos ninguna estimación pesimista de los límites del cerebro humano. ¡Éste es ilimitado!” (Buzan 1986)

De mapas mentales, Buzan (1996) explica que cada neurona contiene un vasto complejo electroquímico y un potente microprocesador de datos y sistema de transmisión; cada célula tiene el aspecto de un enramado, donde la neurona tiene un cuerpo y dendritas que semejan un árbol que irradia desde el centro o núcleo de la célula. El axón es la salida principal de

información de esa célula. La dendrita contiene haces de sustancias con su correspondiente axón el cual tiene haces de sustancias químicas que son los principales mensajeros de nuestros procesos de pensamiento humanos.

Las sustancias químicas se introducen en la superficie receptora, creando un impulso que se transmite a través de la célula cerebral receptora; la cascada de información bioquímica que se precipita a través de la sinapsis es de una complejidad y de un volumen sobrecogedor.

Buzan, Dottino, Israel (1994) en su libro “La inteligencia del líder” explica: El cerebro tiene un inventario de habilidades de pensamiento para procesar, almacenar, utilizar información, y para crear nuevas ideas nuevas. La parte externa del cerebro (corteza cerebral) está dividida en dos mitades: el córtex izquierdo y el córtex derecho.

El córtex izquierdo se encarga principalmente de:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los números ▪ Las palabras ▪ La lógica ▪ Los listados ▪ Los detalles
El córtex derecho se encarga de:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Las imágenes ▪ La imaginación ▪ El color ▪ El ritmo ▪ El espacio

A finales de la década de los setenta, el profesor Roger Sperry de California anunció los resultados de sus estudios sobre el área más evolucionada del cerebro, la corteza cerebral. Los hallazgos iniciales de Sperry indicaban que los dos hemisferios de la corteza cerebral tienden a dividirse entre ellos las principales funciones intelectuales. El hemisferio derecho se presenta como el dominante en los siguientes ámbitos intelectuales: el ritmo, la percepción espacial, la estructura total, la imaginación, las ensoñaciones diurnas, el color y la dimensión. El hemisferio izquierdo mostraba su preponderancia en una gama diferente, pero no menos poderosa, de habilidades mentales, rigiendo, el campo verbal, lógico numérico, la secuencialidad, linealidad, análisis y enumeraciones (Buzan, 1996, p. 42).

En siguientes investigaciones de Ornstein, Zaidel, Bloch se descubrió también que aunque cada hemisferio es dominante en ciertas actividades, los están básicamente capacitados en

todas las áreas y que todas las habilidades se encuentran distribuidas por toda la corteza (Buzan, Dottino, Israel, 1994).

Michael Bloch en su artículo publicado en Tel/Syn: "Si nosotros mismos nos consideramos personas regidas por el cerebro derecho o izquierdo, estamos limitando nuestra capacidad para organizar estrategias nuevas" (Buzan, 1996, p. 42). Es por esto que decir que uno no sirve para determinada habilidad mental o que carece de ella no solo no es verdad, sino que además revela que hay una mala interpretación del concepto. Así la forma correcta de enunciarlo debería ser todavía me falta cultivar X habilidad.

El cerebro usa los dos córtex cuando se enfrenta a alguna situación que resolver. En investigaciones recientes se ha demostrado que los niños que reciben clases que inciden especialmente en las capacidades del córtex derecho (como lecciones de artes) tienen mejores resultados en clases en que destacan las capacidades del córtex izquierdo (como matemáticas). Por lo que para potenciar el poder creativo, es necesario potenciar ambos lados del cerebro (Buzan, Dottino e Israel, 1994).

La única barrera para la expresión y aflicción de todas las habilidades mentales, es el desconocimiento de cómo acceder a ellas.

La gama de habilidades que están al alcance de todos nosotros incluye las que anteriormente se solía atribuir tanto al hemisferio derecho como al izquierdo. El pensamiento irradiante y la cartografía mental tienen en cuenta todos estos elementos (Buzan, 1996, p.43):

1) Lenguaje

- Palabras
- Símbolos

2) Número

3) Lógica

- Secuencia
- Enumeración
- Linealidad
- Análisis
- Tiempo
- Asociación

- 4) Ritmo
- 5) Color
- 6) Imágenes
 - Ensoñación
 - Visualización
- 7) Percepción espacial
 - Dimensión
 - Gestalt (totalidad)

Buzan (1996) explica que nuestro cerebro tiene cinco funciones principales:

Recepción	Cualquier cosa que incorporemos por cualquiera de nuestros sentidos
Retención	Corresponde a la memoria incluye la retentiva y el recuerdo
Análisis	Función que incluye el reconocimiento de pautas y el procesamiento de la información
Emisión	Cualquier forma de comunicación o acto creativo, incluso el pensamiento
Control	Función referida a la totalidad de las funciones mentales y físicas

Estas cinco funciones se refuerzan todas entre sí, es más fácil retener información que se analiza y a su vez se emite mejor información recibida una vez que ha sido analizada, la función de control se refiere a la función de director de todas las funciones mentales y físicas, incluyendo la salud, la actitud; es por eso que para que las otras cuatro funciones trabajen armoniosamente es necesario que la quinta esté en pleno pues es importante un cuerpo sano que opere en la plenitud de su potencial ((Buzan, 1996, p.46).

La mente tiene una actividad consciente y otra inconsciente, la cual escapa a nuestra percepción. El inconsciente para el proceso creativo libera al consciente de tareas rutinarias y gestiona la información guardada. El cerebro organiza la información que recibe a través de la memoria y la agrupa por modelos es decir para trabajar a gran velocidad para encontrar entre millones de datos el cerebro crea modelos a los cuales va agregando datos nuevos cada vez que los adquiere. Así el cerebro en su comportamiento discriminatorio rechaza todo aquello que denomina superfluo. Estos modelos están formados por interconexiones entre las neuronas, cada vez que se añaden nuevos datos al modelo, cambia la intensidad o el número de conexiones entre las dendritas.

Hay un aspecto de la incorporación de nuevos datos a los modelos neuronales que es relevante mencionar porque tiene gran importancia para el desarrollo de la creatividad, el cerebro cuando recibe un nuevo dato siempre se comporta como si temiese que éste sea falso o poco relevante por lo que rara vez lo incorpora a un modelo de forma definitiva. Lo asigna de forma provisional y si pasa algún tiempo sin que nada le confirme que el dato es correcto e importante, simplemente lo descarta y lo olvida (Corrales, 1991, p29).

Por eso es tan importante en el aprendizaje “el refuerzo”, pues con éste el proceso del cerebro de comprobación termina y el aprendizaje se integra a los modelos existentes. Éste modelo global es denominado como modelo cerebral o neuronal.

Cuando estamos aprendiendo una actividad, ejecutamos los movimientos de forma consciente y una vez que nuestro aprendizaje progresa, los movimientos se van haciendo cada vez menos conscientes, hasta que el inconsciente domine dicha actividad.

“Al nacer solo sabíamos hacer dos cosas: succionar y asirnos con las manos. Todo lo demás lo hemos aprendido por este proceso que acabamos de mencionar y que Case y otro psicólogos denominan de desarrollo de automatismos” (Corrales, 1991, p. 31).

Así el inconsciente tiene una gran capacidad de almacén, de dominio y conocimiento; utilizando varios procesos paralelamente. Por lo tanto el razonamiento lógico está situado en el consciente del cerebro, es un pensamiento dirigido.

Por el contrario el pensamiento creativo está situado en el inconsciente produciendo soluciones elaboradas; comunicándolas al consciente solo cuando se han producido ya; como fruto de la inspiración. El pensamiento lógico y el creativo solo son dos extremos de un mismo tipo de pensamiento, pero sus potencias son tan dispares que pueden ser catalogadas como diferentes .Actualmente no hay una respuesta para conocer el proceso que sigue la mente inconsciente para buscar la solución a un problema, los conocimientos actuales sobre neurofisiología e inteligencia artificial dan tan solo unas conclusiones útiles (Corrales, 1991).

P.H. Lindsay (citado en Corrales, 1991) insiste en que la principal forma de resolución de problemas del inconsciente es la analogía, es decir la búsqueda en la memoria de la solución dada anteriormente a un problema similar, pero más que de problemas análogos, para el modelo neuronal primario se trataría de problemas idénticos, es por esto que el

subconsciente para encontrar una solución cuando previamente ha resuelto algún problema análogo. En ocasiones la solución no será tan inmediata. Y el subconsciente tendrá que recorrer diversas partes del modelo neuronal en busca de una solución alternativa a un problema. Siendo esto un proceso ligado a la búsqueda de soluciones realmente novedosas y por tanto a la creatividad.

El subconsciente se basa en multitudes de observaciones para limitar el campo de búsqueda de soluciones, y así llegar más rápidamente a una solución válida, usa un método de búsqueda llamado: "búsqueda en profundidad", y consiste en empezar por buscar en el primer grupo de una condición para después verificar aquello que cumpla segundas condiciones y así sucesivamente hasta encontrar la respuesta. El subconsciente utiliza además lo que los expertos en inteligencia artificial llaman "técnicas heurísticas" para dirigir la búsqueda hacia el lugar donde sea más probable encontrar una solución.

Esta forma de proceder tiene la ventaja de la rapidez, pero a la hora de buscar soluciones novedosas tiene el inconveniente de reducir la búsqueda a las zonas más probables y menos susceptibles de soluciones creativas; aunado a esto el subconsciente se detiene al llegar a la primera solución y salvo que esté bien entrenado, no continúa la búsqueda de otras soluciones alternativas (Corrales, 1991).

En 1958, Joe Kamiya, comienza los estudios de los estados de conciencia, relacionados con diferentes clases de ondas cerebrales. Cuando la conciencia está alerta y atenta, aparecen los ritmos beta, cuya frecuencia es de 13 a 26 ciclos por segundo. Con los ojos cerrados y el cuerpo relajado, la frecuencia es de 8 a 13 y comienzan a aparecer las ondas alfa. Cuando la relajación es más profunda y la persona comienza a dormirse, se observan ondas theta y a hacerse visibles entre 4 y 8 ciclos. Entre 1 y 4 ciclos por segundo el individuo empieza a hacerse "consciente del inconsciente" y si se duerme empiezan a aparecer con más regularidad. Alyce Green estudiando el tema de la creatividad con relación a los estados de conciencia, describe las experiencias de personas que relacionan sus producciones con estados de revérie, próximas al sueño en que las ideas intuitivas y soluciones de problemas vienen a la conciencia bajo la forma de imágenes hipnagógicas. Alyce Green relaciona estos estados con los ritmos de theta (Moccio, 1994, p. 76).

Rodríguez (1989) explica el funcionamiento de las ondas cerebrales, en relación al proceso mental y el momento en que se origina en proceso creativo: el cerebro es el elemento más dinámico del organismo y las principales ondas que producen son en 4 tipos:

Ondas delta	Ocurren durante el sueño profundo
Ondas theta	Ocurren cuando el pensamiento y la acción controlan los procesos psicológicos del pensamiento
Ondas alfa	Ocurren cuando predomina la vida íntima del sujeto: meditación, contemplación, relajamiento, son las ondas de la serenidad
Ondas beta	Ocurren cuando el sujeto se vuelca hacia el exterior con sus cinco sentidos, bien consciente del tiempo y del espacio

El desarrollo tecnológico es producto de las ondas beta, mientras que algunos sabios y algunos empresarios buscan actividades de tipo artístico para entrar a niveles profundos, sintiendo que necesitan el estado alfa. Agrega además que el cerebro no rinde si no recibe sangre bien oxigenada, así el negativismo y mal genio de las personas puede deberse a una insuficiente irrigación, pues quién se ama correctamente da mucho oxígeno a su cerebro, excitando saludablemente al sistema nervioso.

Linda Verle Williams, sostiene la idea: “La misión del pensamiento visual se logra mediante la observación, acopio e interpretación de información. Ciertos conocimientos como la oferta y la demanda, el diseño de un edificio o la estructura del sistema digestivo, se representan mejor con dibujos y diagramas que con descripciones verbales”. “así como dibujar puede agudizar y mejorar la capacidad de observación, la descripción verbal también puede contribuir a ello, esto debido a que usualmente se almacena el conocimiento en relación con el lenguaje, las palabras pueden catalizar vigorosamente la visión”. Una de las mejores maneras de adiestrar la capacidad de observación, es la que consiste en dibujar lo que se ve, dibujar exige mirar cuidadosamente y observar tanto los detalles como las relaciones especiales en general (Figueroa, 2000).

Buzan, Dottino, Israel (1994) explican que el cerebro se rige por siete principios:

PRINCIPIO	CONCEPTO
El cerebro consigue la sinergia de la información	Significa que una idea lleva a otra y ésta a una tercera; esto es el pensamiento divergente, nuestra capacidad de partir de una idea central y avanzar hacia muchas ideas. La creatividad se produce cuando la capacidad sinérgica hay una conexión entre el conocimiento existente con ideas y asociaciones que se incorporan con ideas nuevas para crear nuevas pautas
El cerebro es un mecanismo impulsado por el éxito	Cuando hay un objetivo definido y claro el cerebro orienta los procesos mentales consciente e inconsciente que ayuden a conseguir el éxito; mientras más claro sea el objetivo más fácil será para el cerebro obtener las pautas adecuadas para alcanzar la meta
El cerebro tiene la capacidad de imitar las acciones	El cerebro aprende mejor imitando a otras personas; es decir tras identificar un modelo aceptable, el cerebro estudia conscientemente el comportamiento y lo imita. También copia los comportamientos de manera inconsciente; reflejamos el entorno en el que cual existimos
El cerebro ansía plenitud	El cerebro necesita rellenar los espacios en blanco; cuando al cerebro se le da una información incompleta, trata de completarla
El cerebro busca nuevo conocimiento	Nuestro cerebro se vuelve más fuerte mediante el fortalecimiento del conocimiento existente y la incorporación de información nueva, el cerebro necesita hacer ejercicio para mantenerse sano
El cerebro busca la verdad	Para el cerebro la verdad significa supervivencia y por ese motivo se esfuerza por aprender o descubrir, la verdad es información exacta y el cerebro está hambriento de esa información. Mientras más exacta sea la información que tenga en su banco de datos, más posibilidades tiene de sobrevivir
El cerebro es tenaz	El cerebro utiliza las capacidades de sinergia y creativas, y seguirá generando ideas y planes para conseguir el objetivo. Lo más difícil es generar una idea por primera vez, pero cada vez será más fácil volver a tenerla de nuevo

El cerebro conecta y asocia ideas e insumos sensoriales nuevos con su conocimiento y base de experiencia existentes. Cada nuevo insumo se conecta con su conocimiento esencial y se suma a él; es éste el combustible para el motor de la tenacidad y estos factores contribuyen al éxito cuando se establece un objetivo claramente definido (Buzan, Dottino e Israel, 1994).

2.5 Técnicas de desarrollo de la creatividad

Durante una entrevista a Carlos Alazraki se le pregunta si considera que hay algún método para ser creativo y él responde: “por supuesto, tienes que estudiar y leer y no estar encerrado, tienes que estar viendo lo que pasa en el mundo, ver lo que hacen tus

competidores. Estar pendiente del entorno y del costo de oportunidad para aprovechar sucesos y personalidades” (Antonio Fernández).

Así mismo durante una entrevista a Alejandro González Iñárritu y a Raúl Olvera, donde se les pregunta: En éste juego que tienen con la creatividad, ¿se vale jugar con todo? A lo que responden: “la primera regla de la creatividad es romper las reglas, esto hay que pensarlo antes que nada. Podemos ver algo creativo, pero si no marca la diferencia hay que desecharlo” (Antonio Fernández).

El mejor modo de aprender a crear es creando y el desarrollo de la capacidad creativa en la actualidad es posible gracias a las investigaciones ya realizadas, pero, ¿cual es la técnica apropiada?. Se han elaborado algunos métodos empíricos, a continuación revisaremos algunas de las técnicas más útiles.

2.5.1 Brainstorming. Lluvia de ideas.

Éste método fué ideado por Alex, F. Osborn, en la Universidad de Buffalo, Estados Unidos. El nombre viene de brain-storm, que significa “empleo del cerebro para atacar un problema creativo a la manera de un comando, en que cada uno de los participantes busca alcanzar el objetivo común” (Veraldi, 1979).

Éste método permite que cada individuo descubra sus propios recursos y aprenda a explotar al máximo sus facultades imaginativas; permite la producción de ideas y la crítica de las mismas. Por lo que permite un resultado rápido en aportación de ideas. En éste método se invita a los participantes de un grupo a concentrarse en un tema y generar las ideas que les vengan a la mente, para posteriormente clasificar, criticar y seleccionar las ideas aprovechables (Veraldi, 1979).

Éste concepto es también conocido como tormenta cerebral, su origen lo dio un publicista, Alex. F. Osborn, quién vió la necesidad de resolver más rápidamente problemas aprovechando la experiencia y potencial de las personas que integraban su organización; una de las tesis que más apoyaba Osborn era que las personas no pueden ser creativas y críticas al mismo tiempo, dando a entender que no se puede usar al mismo tiempo el pensamiento divergente y convergente (García, 1998).

Osborn señaló en la publicación de su libro *Applied Imagination*; que hay elementos que bloquean la imaginación, pues nuestro campo de percepción se ve reducido por la rutina. Además nuestros hábitos de pensamiento y raciocinio se ven estancados por la cultura en que nos desenvolvemos. El método tiene una ventaja pues el grupo recoge las aportaciones de cada cual y hace que el conjunto se beneficie de ellas. De esa forma el brainstorming es un método que principalmente cultiva la creatividad en grupo porque las inspiraciones de cada uno sumadas a las de los demás serán más relevantes que las de cada individuo por separado (Veraldi, 1979).

2.5.2. La sinéctica.

W.J.J. Gordon de M.I.T. encontró la eficacia que para el pensamiento creativo tiene el olvidarse un tanto de las reglas, la lógica, los pasos secuenciales, dando oportunidad al cerebro de generar ideas sin reservas. Lo esencial de la técnica está en sentir más que en pensar, rompiendo las barreras sociales y estereotipos que puedan limitar el pensamiento. La sinéctica utiliza los factores emotivos: maneja las vivencias, metáforas, analogías, mucho más que los raciocinios formales (Veraldi, 1979).

Es un método donde Gordon dedujo un método de estimulación de los fondos subconscientes para desarrollar la creatividad a través de la locura o la poesía. El método supone un grupo con algún interés común y un guía, donde primero el grupo sugiere un tema y luego genera una lluvia de ideas para “aflojarse”; toca al coordinador hacer una serie de preguntas evocativas, y desencadenar analogías de 4 tipos: directas, personales, simbólicas y fantásticas. Después de retorna al problema para aplicar el insight de estos insights generar la sensación de solución al problema (Rodríguez, 1989, p. 89).

2.5.3. El psicodrama. Role-Playing.

J.L. Moreno fue el creador del concepto de “psicoterapia de grupo”; el role-playing forma parte de los métodos de pedagogía activa que permiten vivenciar los conocimientos practicándose para la solución de conflictos. A base de representaciones se provoca la concientización de lo inconsciente, la definición de lo indefinido y la expresión de lo reprimido y por lo tanto la liberación de ideas. En este método se representan papeles que simularían el modo de actuar diferente al nuestro lo que permite el ensayo de nuevas formas, en la conducta (Muñoz, 1995).

El psicodrama propicia la espontaneidad y la soltura, obliga a ver la realidad desde nuevos puntos de vista, y ayuda a quienes lo realizan a expresarse sin las inhibiciones producidas por la autoimagen y por las presiones de la vida social (Rodríguez, 1989, p. 86).

2.5.4. El estudio y manejo de modelos.

En éste método se mejora, re-modela adapta lo ya hecho y muy bien hecho; se trata de que las creaciones relevantes, importantes, generen una inspiración para obtener un producto similar de bien hecho.

El estudio de modelos, incluye el estudio de maestros de la creación, analizando biografías de personajes notables en el propio campo creativo (Rodríguez, 1989, p. 86).

2.5.5 Miscelánea de ejercicios.

Algunas otras actividades que pueden fomentar el desarrollo de la creatividad: Manipuleo mental. Transformación imaginativa de objetos. Modelaje en plastilina, arena, papel, barro. Expresión mímica

Visualización creativa, de las situaciones hacia lo que se desea. Positivo-Negativo-Interesante: imaginando situaciones que no se dan en la realidad y analizando sus diferentes aspectos, escribiéndolos en los 3 apartados que dan el nombre al método.

2.5.6 La pausa creativa.

Ésta técnica se basa en la idea de que a una persona no se le puede exigir que tenga ideas brillantes, pero sí se le puede insistir en que haga un esfuerzo creativo. La pausa creativa debe ser un hábito mental de toda persona que desee ser creativa. Es una interrupción en el flujo de la rutina y está destinada a prestar algo de atención a algo deliberadamente. Sin embargo se requiere disciplina para detener el flujo constante del pensamiento y realizar una pausa creativa (Figuroa, 2000).

2.5.7 El foco.

La pausa creativa y el foco se superponen, pues la anterior es la disposición a detenerse durante el pensamiento o la conversación; mientras que el foco es un esfuerzo deliberado por elegir un nuevo punto de atención. El foco puede ser:

- Foco de área general. Debido a que todas las personas aprende a pensar en función de un propósito definido, el pensamiento se considera con frecuencia como sinónimo de resolución de problemas. La alternativa para ésta limitación del pensamiento es que éste tipo de foco sirve para definir el área dentro del cual se desea generar ideas.
- Foco específico o de propósito. Con éste tipo de foco la gente está más familiarizada, su propósito es el perfeccionamiento, simplificando (Figuroa, 2000).

2.5.8 El cuestionamiento.

Es necesario distinguir entre el cuestionamiento creativo (es el cuestionamiento que opera sin intención de juzgar) y el cuestionamiento crítico (que opera como un juez). Éste concepto transmite la idea de inconformidad por aceptar algo como la única manera posible; de ésta forma el cuestionamiento es pensamiento escéptico, éste es el medio de construir y comprender un argumento razonado, y especialmente importante, reconocer un argumento falaz o fraudulento (Figuroa, 2000).

2.5.9 Lógica Fluida.

La percepción de cada individuo es diferente para cada individuo, la percepción es la manera en que el cerebro organiza la información que llega del mundo exterior a través de los sentidos.

Según De Bono hay dos tipos de lógica: rígida y fluida. La lógica tradicional (ciencia y negocios) es la rígida, es la lógica del “es”. Crea clasificaciones y categorizaciones, siendo estas las bases del juicio y la certeza.

La lógica fluida, se basa en las percepciones y es la lógica del “hacia”. Mediante una técnica denominada “ámbitos de flujo” se puede observar los flujos de la percepción y con éste caudal de conciencia se involucran todos los aspectos, ideas, detalles, rasgos, y factores que intervienen en una situación. El objetivo de construir un ámbito de flujo es profundizar y comprender nuestra percepción (Figuroa, 2000).

2.5.10 Los seis sombreros.

Figuroa (2000) explica: Edward De Bono, hace una técnica con el propósito de ampliar la capacidad de pensamiento, de separar la lógica de la emoción, la creatividad de la información, de pensar proactivamente en contraste con el pensamiento reactivo. Según De Bono, las habilidades que se deben aprender en la escuela son:

- Liberabilidad, capacidad para leer y escribir
- Numerabilidad, capacidad para usar números
- Operabilidad, capacidad para pensar y actuar en consecuencia

Ésta última es la menos desarrollada y a la que se presta menor importancia, dada ésta desventaja desarrolló la técnica para mejorar nuestra forma de pensar. Dicha técnica es un forma de dirigir la atención, de acuerdo a un color, se puede enfocar a un tipo de pensamiento y se establece en equipos de trabajo. El usar un simulador de tipo de pensamiento sugiere actuar en sentido figurado formas diferentes de usar la mente, lo cual también influirá el mecanismo químico en el cerebro.

La dinámica consiste en que cada miembro del grupo use los sombreros según las necesidades de lo que necesite demostrar.

SOMBRERO	REPRESENTACION	UTILIDAD
BLANCO	Es neutro y objetivo se ocupa de hechos y cifras, no interpreta los hechos, solo los expone.	Para depurar información
ROJO	Es el punto de vista emocional, opuesto a la información neutral y objetiva, incluye presentimientos, intuiciones e impresiones como el miedo, el odio, disgustos.	Para indagar en las agendas ocultas
NEGRO	Cubre los aspectos negativos, son juicios críticos y pesimistas que someten una idea a escrutinio.	Para señalar riesgos, o imperfecciones
AMARILLO	Es alegre y positivo, éste optimismo debe partir de hechos lógicos, persigue los beneficios y la factibilidad.	Para cubrir la buena expectativa de un proyecto
VERDE	Indica creatividad e ideas nuevas, es solicitar un esfuerzo creativo, representa fertilidad, vegetación, crecimiento.	Para pensar cosas nuevas en abundancia
AZUL	Se ocupa del control y la organización del pensamiento, también del uso de los otros sombreros, está por encima de los demás.	Para administrar

2.5.11 Mapas mentales.

Los mapas mentales es una técnica aplicable a cualquier ámbito de la vida, principalmente se usa en el aprendizaje, la memoria y el desarrollo de la creatividad; dicha técnica fué desarrollada por Tony Buzan. Londinense graduado de la Universidad de British Columbia, en psicología, inglés, matemáticas y ciencias (Buzan, 1996).

La técnica de mapas mentales se genera a partir de la idea de que si el cuerpo que se ejercita se torna más vigoroso, ¿Por qué el cerebro no podría funcionar así? Tony Buzan no había alcanzado el promedio deseado en las pruebas de inteligencia, lo que lo molestó. Y desde ese momento se dió a la tarea de buscar una técnica que le permitiese tomar las notas escolares facilitándole entender las materias sin que esas notas le fueran aburridas, por el contrario trató de crear algo que le fuese interesante, pero fué hasta la Universidad cuando empezó a tomar en serio lo de mejorar su memoria y su capacidad de tomar notas (Buzan, Dottino, Israel, 1994).

Estudió la forma en que la memoria funciona y de cómo se generan los recuerdos; además estudió los métodos de tomar notas de los grandes cerebros y observó que todos ellos utilizaban imágenes, recursos gráficos, y flechas y otros instrumentos de conexión. Al final de éste estudio generó lo que llamó mapa mental que resultó un elemento de los sistemas de memoria, pensamiento y aprendizaje que Buzan denomina alfabetización mental (Buzan, Dottino, Israel, 1994).

Ésta técnica se basa en la idea de que cada bit de información que ingresa al cerebro se puede representar como una esfera central de la cual irradian decenas, centenas, miles de millones de enlaces; cada eslabón representa una asociación y cada asociación tiene su propia red de vínculos y conexiones (Buzan, 1996). El número de asociaciones usadas se puede considerar que es la memoria. Resultado de éste sistema multienlazado y multiordenado de información se generan mapas de información. De ésta capacidad infinita de procesamiento de información y de aprendizaje, se deriva el concepto de **pensamiento irradiante**. Donde el cerebro trabaja de forma asociativa, visualizando información, comparando, integrando, y sintetizando a medida que el cerebro recibe la información clasificándola, almacenándola, procesándola y comunicándola (Buzan, 1996).

La expresión misma de pensamiento irradiante se usa en el sentido de moverse en distintas direcciones, como una explosión a partir de un centro determinado, el autor lo asimila también con lo radiante, lo luminoso, es la idea de la irrupción o estallido.

Un Mapa Mental es una representación gráfica, similar a una neurona, en una única hoja de papel de un tema, proyecto, idea, conferencia, o cualquier otra cuestión. Combina las palabras clave con dibujos y colores y establece conexiones entre aquellas. Tiene cuatro características principales:

- El asunto motivo de atención cristaliza en una imagen central
- Los principales temas del asunto irradian de la imagen central de forma ramificada
- Las ramas comprenden una imagen o una palabra clave impresa sobre una línea asociada y los puntos de menor importancia también están representados como ramas adheridas a las ramas de nivel superior
- Las ramas forman una estructura nodal conectada

Los mapas mentales se pueden enriquecer con colores, imágenes, dibujos, códigos, señales que les añaden interés, belleza, individualidad con lo que se fomenta la creatividad, la memoria, el aprendizaje (Buzan, 1996, p. 70).

Los mapas mentales van asemejándose en estructura a la memoria misma: a partir de una palabra se desenvuelven algunas ideas más relacionadas a estas; algunas de estas ideas pueden ser más importantes que otras, y se les puede resaltar visualmente más; de esa forma los mapas mentales para quién los realiza resultan significativos. Debido a su estructura los mapas mentales pueden generar nuevas ideas y asociaciones que antes no se había reparado en ellas. Por lo tanto cada elemento en el mapa puede generar otro mapa en sí (Buzan, 1996).

La estructura del mapa mental satisface la tendencia del cerebro, inherente del cerebro, a buscar la terminación. El mapa mental permite una secuencia infinita de tanteos asociativos en extensión y en profundidad cualquier idea o cuestión (Buzan, 1996).

Un punto importante de el mapeo mental es que trata de aprovechar que el cerebro trabaja en lapsos cortos de frenética y poderosa producción que sólo permiten a una persona poner su máxima atención durante aproximadamente 7 minutos, después de los cuales se aburre y puede incluso llegar a dormirse (García, 1998).

Buzan (1996, p.43) hace una diferenciación al analizar la eficiencia de los diversos estilos de tomar notas, pues a partir podemos empezar a desarrollar un sistema que en vez de funcionar oponiéndose al cerebro humano, colabore con él. Preparar notas significa organizar el pensamiento, con frecuencia de una manera creativa e innovadora, resumir los pensamientos de otra persona, tal y como ésta los expresa en un libro, artículo o discurso oral. Define tres diferentes tipos de tomar notas:

ESTILO DE LA ORACION	LISTADOS	ALFABETICO NUMERICO	DESORGANIZADO
Consiste en escribir de forma narrativa todo lo que haya que comunicar	Tomar notas de las ideas a medida que surgen en forma horizontal, vertical.	Tomar notas en una secuencia jerárquica de categorías principales y subcategorías.	Afin a la cartografía mental
Siga las indicaciones que a continuación se presentan	1.- analizar 2.-sintetizar 3.-resumir	A.- Ropa A.a (vestidos) A.b (pantalones)	□

En los 3 primeros patrones descritos anteriormente los elementos que comúnmente se usan las letras, palabras, números, la secuencia gramatical, cronológica y jerárquica. Y generalmente se observa ausencia de ritmo visual, pautas, pautas visuales, color, imagen, visualización, dimensión, percepción del espacio, gestalt, asociación (Buzan, 1996).

En la medida que estos elementos se encuentran ausentes se observa que el funcionamiento del cerebro va quedando perplejo ausente de asociaciones que faciliten tanto el aprendizaje como el recuerdo, el cerebro se aburre, se desconecta, se duerme.

Por lo que el uso de las notas estándares tienen algunas desventajas como (Buzan, 1996):

Oscurecen las palabras clave	Las ideas importantes se transmiten mediante el uso de palabras clave que si vuelven a ser usadas generan una asociación útil; sin embargo generalmente en la nota estándar las palabras claves aparecen en distintas páginas, y se pierden por la masa de otras palabras
Dificultan el recuerdo	Las notas monocromáticas (mono-tonas) son visualmente aburridas y movilizan al rechazo y el olvido. Es frecuente además que las notas se hagan en forma de listados inolvidables que parecen todas iguales
No llegan a ser un estímulo creativo para el cerebro	Por su presentación lineal no permiten al cerebro que forme asociaciones; además cuando se ve notas dispuestas en forma de texto el cerebro tiene la sensación de que ya llegó al final, lo que demora los procesos de pensamiento
Hacen perder tiempo	Las notas estándares estimulan a tomar notas innecesarias, exigen la lectura de notas innecesarias, exigen la búsqueda de palabras claves y se toma más tiempo en realizarlas

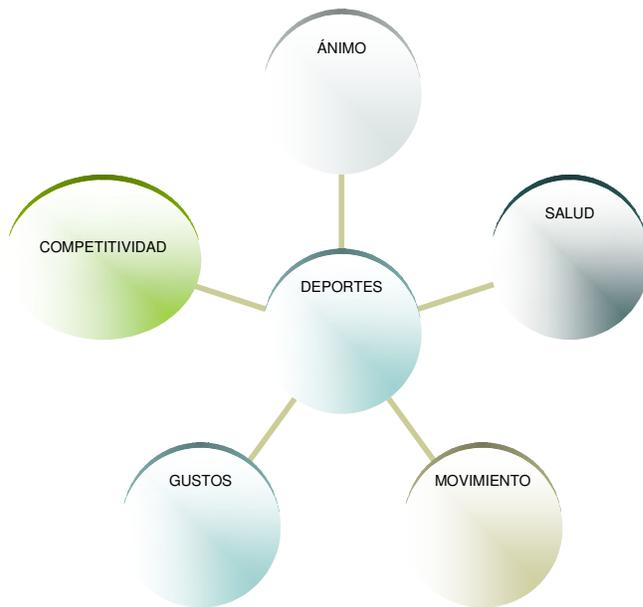
Está demostrado que la mayoría de las personas toman notas de manera lineal, tomando notas de forma que la oración o la narración consiste simplemente en escribir de forma narrativa todo lo que haya que comunicar; para hacer listas, el sistema consiste en tomar notas de las ideas a medida que surgen; y también en un tercer estilo de esquema alfabético/numérico en el que la secuencia jerárquica, categoriza los elementos.

Para darse cuenta del verdadero poder del mapa mental hay que tomar como centro una imagen en vez de una palabra y usar imágenes en vez de palabras; así estas dos habilidades corticales (palabras e imágenes) multiplicarán el poder intelectual del cerebro (Buzan, 1996, p.95).

El mapa mental moviliza toda la gamma de habilidades corticales (palabra, imagen, número, lógica, ritmo, color y percepción espacial), desarrollando una capacidad especial en la que el cerebro se libera (Buzan, 1996, p.97).

Para controlar la estructura de pensamiento, Buzan (1996) identifica las ideas ordenadoras básicas (IOB); estas ideas son conceptos clave a partir de los cuales es posible organizar otros conceptos, se alguna forma serían los encabezamientos a una idea a partir de la cual se genera ya sea en forma ascendente o descendente una estructura jerárquica.

El cartógrafo mental comienza con una imagen:



La idea central del mapa mental es la idea ordenadora básica de ésta idea surgen algunas asociaciones; en el cerebro del cartógrafo mental surge una nueva idea a partir de una de esas ideas y sucesivamente van apareciendo más ideas a partir de una idea más elevada o subordinada (Buzan, 1996).

Teniendo en cuenta esto cualquier mapa mental es infinito, por su naturaleza cada vez que se abre un mapa mental abre la posibilidad de gamas de nuevas asociaciones, lo cual solo demuestra la capacidad inagotable asociativa y creativa de cualquier cerebro humano (Buzan, 1996, p.99).

Ésta es la forma usual de realizar un mapa mental, cuando se quiere preparar una conferencia, un tema, un proyecto y se quiere ir desarrollando se puede uno basar en preguntas básicas para obtener la IOB, como cuestionarse el cómo, cuándo, dónde, porqué, para qué, cuál, qué (Buzan, 1996).

Una de las ventajas importantes de la cartografía mental es que la memoria se ve mejorada pues uno mismo desarrolla la imagen y la asociación lo que disminuye los bloqueos mentales; pero otros aspectos importantes son las reglas que se sugieren para la correcta aplicación del mapeo:

- Aceptar. Implica que el alumno olvide cualquier preconcepción que pueda tener respecto a sus limitaciones mentales y seguir con tanta precisión como sea posible los modelos dados.
- Aplicar. Crear un mínimo de 100 mapas, aplicando las leyes y desarrollando un estilo personal, hasta que se formen una manera habitual de organizar los pensamientos.
- Adaptar. Se refiere a trabajar de forma continuada las habilidades para la cartografía mental (Buzan, 1996).

Buzan (1996) define que la primera regla de la cartografía mental es crear una libertad mental, que no llegue al caos y que no llegue a la rigidez; consistiendo entonces en crear el orden a partir del caos dividiendo las leyes de la cartografía en: leyes de la técnica y leyes de la diagramación.

<p>LEYES DE LA TECNICA</p>	<p>a) Utilizar el énfasis. Usar siempre una imagen central, e imágenes en la extensión del mapa, usando varios colores, la dimensión, variando el tamaño, formas, imágenes, organizando el espacio y usando un espacio apropiado.</p> <p>b) Utilizar la asociación. Utiliza flechas para hacer conexiones dentro del diseño ramificado, usar colores y usar códigos.</p> <p>c) Expresarse con claridad. Usando una palabra clave por línea, escribir las palabras con letra de imprenta, escribir las palabras clave sobre líneas, la longitud de las palabras deben ser igual al largo de la palabra, conectar las líneas con otras líneas, conseguir que los límites enlacen con la rama de la palabra clave. Hacer las imágenes tan claras como sea posible, el papel estará puesto horizontalmente.</p> <p>d) Desarrolla un estilo personal. Nuestros mapas deben reflejar las pautas de pensamiento característica de cada uno y de su cerebro, de esa forma el mapa cumplirá con el cerebro en su identificación.</p>
<p>LEYES DE LA DIAGRAMACION</p>	<p>a) Utilizar la jerarquía. Usar la jerarquía y la categorización para crear ideas ordenadoras básicas favorece el poder del cerebro.</p> <p>b) Utilizar el método numérico. Una forma de organizar las ideas es anotar un número a cada una de las ramas de ésta manera se dará un pensamiento más lógico</p>

De igual forma Buzan (1996) hace algunas recomendaciones, respecto al uso de mapas mentales:

RECOMENDACIÓN	CONSIDERACIONES
Rompe los bloqueos	Añade líneas en blanco al papel para poder cerrar posteriormente, añade imágenes para aumentar las posibilidades de nuevas asociaciones y recuerdos. Mantén alerta la conciencia y la capacidad asociativa
Reforzamiento	Revisar los mapas ocasionalmente permitirá corregir algunos aspectos inconclusos o equívocos. Ocasionalmente estas revisiones harán un resumen mental del mapa
Prepara tu actitud mental	Conseguir una actitud positiva desbloquea la mente, aumenta la probabilidad de establecer conexiones espontáneas, mejora la percepción al mantener relajados los músculos

Los mapas mentales se adecuan al pensamiento creativo porque utilizan las habilidades relacionadas con éste, como la imaginación, la asociación de ideas, la flexibilidad. Los mapas mentales originados por el pensamiento creativo presentan algunos objetivos:

- Explorar todas las posibilidades creativas de un tema
- Olvidar cualquier supuesto previo referente al tema, con lo cual se abrirá el espacio necesario para un nuevo pensamiento creativo
- Generación de ideas como resultado de la iniciación de una acción específica
- Estimular el pensamiento creativo más sólido y coherente
- Crea nuevos marcos de referencia conceptuales en cuyo ámbito sea posible reorganizar las ideas anteriores
- Capturar los destellos de comprensión súbita y trabajar con ellos para cultivarlos.
- Planificar de forma creativa

Hay cinco etapas involucradas en el proceso de pensamiento creativo en la cartografía mental:

1. Mapa mental reproducción explosiva de ideas.

Comienza con el dibujo de una imagen central estimulante, la imagen debe estar ubicada en el centro de un gran página en blanco y de ella deben irradiar las ideas relacionadas, después de un rato se debe dejar que las ideas fluyan con la mayor rapidez posible. Trabajar con rapidez permite al cerebro liberar sus modelos de pensamiento habituales y estimula la aparición de ideas nuevas. En el pensamiento creativo el espacio para aplicar debe ser amplio para producir el mayor número de ideas.

2. La primera reconstrucción y revisión.

Después de la producción masiva, se deja un receso para integrar las ideas generadas y depuse se hará un mapa mental nuevo en el que se identificarán las ramas principales de las IOB, combinando, categorización, estableciendo jerarquías, descubriendo asociaciones nuevas y volviendo a considerar cualquier idea “absurda”, pues cuanto menos convencional es una idea, tal vez mejor resulte.

Es necesario jerarquizar, subrayar, encuadrar, señalar, aquellos que aparezcan con mayor frecuencia; cuando se vinculan éstos se presenta una reorganización de las estructuras de pensamiento.

3. La incubación de ideas.

Como ya se ha mencionado anteriormente el cerebro en un estado relajado puede producir ideas creativas; esto se da debido a que dichos estados mentales permiten que el proceso del pensamiento irradiante se extienda hasta los límites del paracerebro, con lo que aumenta la posibilidad de descubrimientos mentales súbitos.

4. Segunda reconstrucción y revisión.

Después de la producción desbordada y después la reflexión la integración, el cerebro tendrá un enfoque nuevo y encontrará utilidad en la elaboración de mapas mentales de producción explosiva de ideas. En la etapa de reconstrucción es importante considerar la información realizada en las tres etapas anteriores, y conseguir un mapa mental de gran amplitud.

5. La etapa final.

En ésta etapa es necesario buscar la solución, decisión o constatación que constituye la vuelta al pensamiento creativo original. Esto exige el establecimiento de vínculos entre los elementos dispares del mapa mental definitivo, lo que conduce a importantes adelantos inesperados e intuiciones nuevas.

Buzan (1996) explica que la cartografía mental permite al pensamiento creativo obtener nuevas visiones en profundidad, la fase de formación puede producir otra perspectiva de las introspecciones colectivas, un resultado que se conoce como “cambio de paradigma”.

Éste cambio implica una variación global del pensamiento, respecto a supuestos que han llegado a estar firmemente establecidos en el mundo entero; con el mapa mental puede quedar registrado el proceso de cambio, pues con cada proceso súbito de creación va

situando un marco de referencia nuevo. De ésta manera el cartógrafo mental añade a su pensamiento dimensiones ulteriores y registra las etapas de cambio de paradigma, de tal manera que va obteniendo visiones mnemotécnicas y ampliadas del asunto que estudia, encaminándolas hacia nuevas ideas.

Algunos beneficios de los mapas mentales en el pensamiento creativo son:

1. Utilizan automáticamente las habilidades del pensamiento creativo
2. Generan una energía mental que aumenta a medida que el cartógrafo mental se aproxima a su objetivo.
3. Permiten que el cartógrafo visualice al mismo tiempo multitud de elemento, incrementando con esto la posibilidad de asociación creativa e integradora.
4. Permite que el cerebro exteriorice ideas que normalmente se ocultan en su pensamiento.
5. Incrementan la posibilidad de alcanzar los puntos de vista nuevos.
6. Refuerzan y resguardan el proceso de formación, con lo que se incrementará la probabilidad de generar nuevas ideas.
7. Estimulan la capacidad de jugar y el sentido del humor, de manera que incrementan la probabilidad de que el cartógrafo se aleje cada vez más de la norma y termine produciendo una idea auténticamente creativa.

2.4 Tecnología.

Hoy en día la tecnología nos permite hacer aplicaciones que faciliten la planeación. Existe una herramienta para aplicar los mapas mentales a las actividades laborales, personales, educativas. Dicho sistema es el Mind Manager, el cual es una herramienta de tecnología útil para sesiones de lluvia de ideas y categorización de conceptos. Permite a los individuos trabajar fácilmente, pensar creativamente y ahorrar tiempo por su forma de capturar y administrar la información, pues con el sistema se puede alinear estratégicamente visualizando los objetivos en un sencilla centralizado y coherente vista.

MindManager tiene la ventaja de permitir el desarrollo de información, capturándola para uso personal ya sea en el escritorio o memorizándola, permitiendo ganar tiempo, administrando la comunicación y el conocimiento visualizando y manteniendo acceso a la información ideas. Diminuye el trabajo de localizar la información, guarda en archivos electrónicos la construcción de imágenes pensadas construyendo una gran imagen de pensamiento, capturando el pensamiento creativo mientras se va dando ese desarrollo.

CAPITULO 3

LA LABOR DEL PERIODISTA

La actividad periodística cumple una función social, ésta se especializa a medida que la sociedad avanza en la escala del progreso social; y se vuelve una profesión intelectual especializada, como es una profesión especializada no todo el mundo puede dedicarse a esa actividad; así el periodista es un intermediario entre prácticas diferentes de la lengua. De ahí que las academias de lenguas responsabilicen al periodista del deterioro de la misma, los editoriales a su vez revierten esa responsabilidad a las universidades, quienes dan a sus periodistas una formación pobre, que no previene para lo que va a hacer el periodista.

Si algo caracteriza al lenguaje humano y lo distingue del resto de sistemas simbólicos es su condición potencial para nombrar lo nuevo: la creatividad. Ésta nota ha sido advertida por muchos lingüistas y desde distintos enfoques. Chomsky habla del carácter “creativo” como capacidad del lenguaje para adaptarse a nuevas situaciones. Strawson de la cualidad “proyectiva” de los términos de “proyectarse” a hechos nuevos no imaginables (Nuñez, 1991, p.31).

El periodismo es una profesión que requiere de la creatividad para desempeñarse, para distinguir los contextos en que se produce un evento, para usar los términos adecuados, para narrar al lector, para dar el enfoque adecuado.

3.1. Breve historia del Periodismo.

La prensa entra en la modernidad hacia la segunda mitad del siglo pasado, en Inglaterra, gracias a la aparición de la telegrafía, la rotativa tipográfica, la linotipia, el teletipo, y el fotograbado. Lo que comúnmente se conoce como revolución industrial va acompañado en Occidente por una disminución drástica del campesinado, en las ciudades aparecen grupos humanos con nuevos intereses y profesiones nuevas que contribuyen a crear nuevas necesidades de comunicación con el mundo circundante (Roma, 2000, p.14).

A finales del siglo XIX, era periodista quien escribía en los periódicos, lo mismo políticos que bohemios, artistas y escritores. En la práctica, los medios y periodistas nacieron como un subgénero literario, en mucho parecido a un oficio.

Para el primer tercio del siglo XX, con el impulso de la revolución industrial, nace la empresa periodística como tal y entonces el ejercicio del periodismo tiende también a progresar, surge la necesidad de llegar a más lectores menos cultos, derivando en que la transmisión de la información encontrara técnicas de presentación (géneros periodísticos) y de la actividad de informar requiera de mayor organización y de personas concentradas en una práctica más continua, surgía entonces la prensa escrita (Rogelio Hernández).

Miguel Hidalgo; iniciador de la guerra de Independencia, fue también el iniciador del periodismo con el “*DESPERTAR AMERICANO*” que salió a la luz pública el 20 de diciembre de 1810 en Guadalajara. Éste periódico tuvo una escasa vida, sólo aparecieron 7 números ordinarios y dos extraordinarios. Después, siguieron otros periódicos, pero el gobierno virreinal los combatió cancelando la libertad para expresarse libremente.

Durante el siglo XX, los medios de comunicación en México alcanzaron su etapa de mayor desarrollo en la década de los noventa. La apertura política y económica le dieron un giro a la labor de los medios y los comunicadores. Luego de varios sexenios en los que el control gubernamental rigió la mayoría de los contenidos de noticiarios, periódicos y revistas, programas de radio, televisión y películas, al acercarse al Siglo XXI la competencia política y comercial obligó a la apertura de los medios.

Ese control gubernamental, que en muchas ocasiones fue sutil, dejó secuelas; la más importante es la autocensura, que a su vez ocasionó la desconfianza del público y un mediano prestigio (Antonio Fernández).

Para estos años del fin de siglo, continúa el desarrollo acelerado de las nuevas tecnologías de la información, de la informática, las telecomunicaciones con los usos satelitales y la telemática.

Actualmente hay sobreoferta de medios: estaciones de radio, publicaciones impresas, salas cinematográficas, pero sobre todo los accesos para la televisión y todo el universo que ofrece la computación; avances que continúan hasta abrumar, pero que en lugar de propiciar la desaparición del periodismo por las existencias de especialización, lo hacen más necesario, pero a la vez más profesionalizado (Rogelio Hernández).

Históricamente el periodismo ha sido el vehículo por el cual viajan las ideas que cambian las condiciones sociales y económicas de las naciones (Partida).

3.1.1 Comunicación e Información.

Por comunicación se entiende el proceso de transmisión de información, por información se suele entender el grado de novedad del mensaje transmitido, la información no es otra cosa que la medida de originalidad de un mensaje.

La información parte del contenido de la comunicación, en el ámbito periodístico mensaje e información son sinónimos: el mensaje es la información. El proceso de comunicación queda concebido como una puesta u oferta de información a un sujeto receptor anónimo, que siendo plural y colectivo, puede, en determinadas condiciones, ser conceptuado como "público". La información es una perspectiva profesional atiende a los procesos recomunicación de masas, surge del sentido mismo que el término tiene en el lenguaje corriente, precisamente porque la información como proceso comunitario es un hecho que informa la cotidianidad de la vida humana (Nuñez, 1977, p.22).

Es información todo aquel texto periodístico que transmite datos y hecho concretos de interés para el público al que van dirigido ya sean nuevos o conocidos con anterioridad. La información, en sentido estricto no incluye opiniones personales del periodista, ni juicios de valor (Grijelmo, 2001).

3.1.2 Concepto de periodismo.

Leslie Stephens "El periodismo consiste es escribir a sueldo sobre asuntos que se ignoran" (Bond, 1969 p. 17).

Eric Hodgins, de la revista Time: "Periodismo es llevar información de aquí y de allá, con precisión, perspicacia y rapidez, y en forma tal que se respete la verdad y lo justo de las cosas, y así, lenta aunque no inmediatamente, se vuelva más evidente"(Bond, 1969, p.17).

Según éste mismo autor el periodismo tiene 4 razones principales de existir: informar, interpretar, guiar, y divertir. Cumple además con otras funciones secundarias como la

circulación de los anunciantes y de comentarios que se generan a partir del concepto general de la noticia. Pero extender la noticia es el fin principal del periodismo (Bond, 1969).

El Diccionario enciclopédico Universal lo define como: “Literatura escrita para periódicos y revistas cuya finalidad fundamental es la rápida información y orientación del público lector y que se caracteriza por su condensación, su dinamismo y su estilo ágil, debido en parte a la obligada rapidez con que es preciso redactar la información”. Ésta definición menciona un elemento muy importante, dice: “Orientación del público lector”. Para que un periodista realmente pueda orientar al público lector es preciso que entienda perfectamente el tema que trata, saber cuál es la idea que tiene el público, por último, redactarlo de tal forma que se entienda y sea orientador para todo aquel que lo lea (Partida, 2000).

3.1.3 El lenguaje Periodístico

El lenguaje es un medio de comunicación entre las personas; tanto el lenguaje escrito como el hablado, el gestual o el de las miradas son instrumentos para una eficaz relación y una mejor comprensión entre las personas. A través de una serie de códigos que constituyen o hacen posible un lenguaje el receptor percibe significados, recibe el significado de lo que el emisor ha pensado decirle y le ha enviado en forma de lenguaje, sea que éste esté constituido por palabras escritas o sonoras, por imágenes o por gestos, etc.

El lenguaje escrito es el vínculo que une al periodismo, en cada una de sus modalidades y facetas, con la literatura. Tanto en la prensa escrita como en la literatura el lenguaje escrito lo compone el léxico y el conjunto de normas estilísticas al alcance del escritor para escribir bien un relato. El lenguaje escrito es, pues, el instrumento básico que utiliza el periodista para escribir un texto (Armentia, Caminos, 2003).

En el lenguaje periodista se habla comúnmente de información y no de comunicación, porque lo que interesa es la oferta real del mensaje; el proceso de comunicación colectiva es un proceso profesional de transmisión de información y que no se puede confundir entre el profesional intermediario, la empresa periodística y la técnica del informador. La redacción es un tratamiento de la información, pero no de una información diferencial, la función de describir un evento debe responder a los interrogantes que se puedan hacer en torno a tal eventualidad (Nuñez, 1977, p. 23).

El lenguaje periodístico, cuenta con tres características según Armentia y Caminos (2003): la claridad, la concisión, naturalidad. Donde claridad implica la utilización de expresiones al alcance de una persona de cultura media. Concisión es el uso exclusivo de aquellas palabras que sean absolutamente precisas para expresar lo que queremos. Y naturalidad significa huir de los artificioso, lo complicado, procurando adoptar el estilo al fondo.

La elaboración de mensajes periodísticos tiene que ser vinculada a la búsqueda de diferentes formas de comunicación a través de un lenguaje que no tiene por qué ser exclusivamente escrito. Para la construcción de un mensaje el periodista puede utilizar tanto el lenguaje verbal como el lenguaje visual, pero en la prensa escrita el lenguaje periodístico se ha legado a los mensajes escritos (Armentia, Caminos, 2003).

El lenguaje periodístico no es algo estático sino que está sometido a permanentes cambios que provienen fundamentalmente de tres campos: la tradición de la época, la personalidad del autor y la expectativa del destinatario (Martínez Alberto).

Eliseo Verón, afirma que si tomamos los medios masivos impresos, encontramos que se constituyen varias series informacionales:

SERIE INFORMACIONAL	CARACTERISTICAS
La serie visual lingüística	Comprende textos informativos y publicitarios desarrollados de forma lineal y discursiva
La serie visual paralingüística	Comprende el conjunto de elementos integrados por un componente icónico y un componente escrito, gráficos, planos, el elemento icónico puede ayudar a dar diferentes significados al contenido textual, modificando, jerarquizando, reforzando su significado literal
La serie visual no lingüística	Comprende los recursos tipográficos de la confección de periódicos, fotografías dibujos y chistes sin acompañamiento literario, elementos cromáticos introducidos en las páginas

Armentia y Caminos (2003) hacen una distinción entre los géneros periodísticos, según la perspectiva de las tres series visuales:

SERIE	CARACTERISTICAS
Serie visual lingüística	Conduce a la utilización del lenguaje escrito para la confección de los mensajes periodísticos, dentro de éste lenguaje se encuentran los géneros de intencionalidad informativa, géneros de intencionalidad interpretativa, géneros de intencionalidad opinativa, y el servicio al lector
Serie no lingüística	Conduce a la utilización de un lenguaje visual para la confección de los mensajes periodísticos, su expresión es la fotografía en todas y cada una de sus modalidades, aunado a la caricatura, retrato y la tira cómica sin apoyo textual. Toda fotografía lleva implícita la intención del fotógrafo de comunicar algo, pues el solo hecho de elegir los elementos darán una idea de lo que quiere decir en esta se incluye: el retrato fotográfico como noticia, la fotografía simbólica, la fotografía ilustrativa, la fotografía de denuncia, la fotografía costumbrista, la fotonoticia, el reportaje fotográfico, los retratos, las caricaturas, la tira cómica
Serie paralingüística	Conduce a la utilización de un lenguaje que combina el lenguaje escrito y el visual, su expresión son los gráficos, planos, chistes con elementos icónico, escrito, infografía

Por ello se puede afirmar que un texto periodístico puede estar formado también por imágenes, con lo cual estaríamos refiriéndonos a la utilización de un lenguaje periodístico visual en los medios de comunicación (Armentia y Caminos, 2003).

Vivaldi (1981), define que en el relato periodístico es necesaria la confluencia de tres partes esenciales de un relato explicadas por la Retórica clásica: invetio, dispositio y elocutio.

PARTE	CARACTERISTICA
Invetio	La invención no consiste en sacar algo de la nada, es encontrar, hallar cosas nuevas a partir de unas evidencias, la invención supone un esfuerzo para encontrar un tema y todos los detalles con él relacionados; ésta es la elección de los temas que se van a publicar.
Dispositio	La disposición consiste exponer en orden los materiales obtenidos, es el arte de ordenar lo que se va a escribirse, seleccionar lo que va a ir al principio y lo que vamos a situar al final. Éste es la inspiración entre la inspiración y el orden, pues un buen relato informativo precisa de una correcta disposición de los elementos informativos
Elocutio	Es la fase en la que el periodista usa todos sus recursos lingüísticos y pasa a expresar por escrito las ideas recopiladas en la invetio y ordenadas en la dispositio. En ésta fase es cuando los periodistas deben hacer uso del lenguaje, periodístico, correspondiendo con la interpretación en el plano estilístico, con las palabras más adecuadas, las frases más precisas, el periodista se preocupa por crear un ritmo adecuado a la exposición de los datos

3.2 El periodismo y sus géneros.

Un periódico es un ser vivo que se relaciona cada día transcurrido con los anteriores a él y adivina los siguientes; en ese ser vivo, los lectores habituales reconocen firmas y se familiarizan con determinados cronistas (Grijelmo, 2001).

El periódico es un instrumento de comunicación que informa de todo aquello que le parece útil y relevante para el lector, de forma que éste pueda conocer mejor el mundo en el que vive y aprovechar las oportunidades de todo tipo que le ofrece la ciudad y su entorno (Roma, 2000, p.13).

Pepa Roma explica la distinción entre periódicos: “La mayoría de los periódicos coinciden en su objetivo de informar o servir al lector, sin embargo no hay dos iguales, pues la necesidades de comunicación y la demanda del mercado marcan los nuevos periódicos que salen al mercado (Roma, 2000, p. 21).

En términos generales define 3 tipos de prensa:

- Prensa Generalista. Aspira a dirigirse a un público lo más amplio posible y a ofrecer una visión panorámica de la actualidad nacional e internacional. Coincide con lo que se llama prensa de calidad, porque su propósito es ofrecer la información más completa y contrastada sobre lo próximo y lejano; antepone el prestigio basado en el rigor informativo a otras cuestiones de tipo comercial.
- Prensa de proximidad. El desarrollo de las actividades culturales y económicas en barrios, pueblos y comarcas, genera otro tipo de periódicos que descienden al detalle de los asuntos cotidianos que interesan en un reducido ámbito geográfico. Establecen prioridades diferentes sobre lo que es y no es relevante, prescinden de los acontecimientos internacionales e informan de forma muy sucinta de los nacionales, para dar prioridad a actividades locales.
- Prensa popular. También conocida como tabloide, y despectivamente como amarilla o sensacionalista, pone énfasis en los protagonistas de la noticia que en los acontecimientos, la relevancia viene marcada por el grado de popularidad de los personajes, con independencia de si son de ámbito local, nacional, o internacional. (Roma, 2000).

Los periódicos ofrecen un lenguaje que se manifiesta en muy distintos planos, en primer lugar muestran el lenguaje por antonomasia, el de las palabras, las frases y la gramática; éste lenguaje va envuelto a su vez en otros símbolos y diseños que forman también un idioma.

La mera existencia de distintos géneros periodísticos forma parte de ese segundo lenguaje- no verbal que transmite a los lectores datos relevantes acerca del enfoque de lo que están leyendo. Los géneros sirven para entendernos en las redacciones y para analizar los periódicos, y para el lector sirve con la condición de que tipográficamente se diferencia un género de otro (Grijelmo, 2001).

La forma en que deben ser confeccionados los mensajes periodísticos para su perfecta y rápida comprensión por un público no indeterminado pero sí amplio, nos lleva al planteamiento de los géneros periodísticos. Los géneros se entienden como las distintas formas de comunicación que utiliza el periodista para difundir mensajes entre el público, se trata pues de una serie de reglas compartidas entre el emisor y el receptor, estableciendo un proceso de comunicación (Armentia, Caminos, 2003).

Cebrian Herreros, explica sobre los géneros periodísticos diciendo que nacen por el impulso intuitivo y creativo de un autor para plasmar una necesidad comunicativa.

3.2.1 La Noticia

Es la esencia del periodismo, la materia prima con que se elabora un periódico, es todo aquel hecho novedoso que resulta de interés para los lectores a quienes se dirige el diario. Ésta viene dada por un acontecimiento sorprendente, estremecedor, paradójico o trascendental y, sobre todo, reciente.

Aunque lo sucedido tuviera ya ciertas telarañas, si se presenta como nuevo caso por haber sido desconocido hasta el momento, es por tanto noticia; pero ninguna podría competir con un hecho similar acontecido el día anterior (Grijelmo, 2001).

La noticia es la forma más directa y sucinta de transmitir un acontecimiento. En la noticia, el periodista no trata de explicar, ni interpretar nada; se limita a ofrecer los datos relevantes en orden determinado para que el lector haga su propia interpretación. Es lo que en medios periodísticos se conoce como la información pura y dura (Pepa Roma, 2000, p. 51).

Una noticia extensa suele estar constituida pues, por una cadena de informaciones que, incluso se desarrollan a lo largo de todo un día y que puede proceder de distintos puntos, en una emisora de radio o una televisora se irán facilitando independientemente como noticias separadas, en un periódico sumarán una sola información.

Por tanto el conocimiento de un hecho concreto por el periodista no ha de bastarle para dar por concluido su trabajo, tanto él como el editor debe ir más allá y buscar consecuencias y repercusiones y por supuesto antecedentes, pues éstos pueden cobrar gran importancia en relación con el hecho noticioso (Grijelmo, 2001).

En los periódicos se escribe para que los textos sean entendidos por el receptor de una forma rápida y eficaz, además el periodista escribe siempre para un colectivo masivo, pero siempre heterogéneo, de ahí que un texto periodístico no pueda adornarse de elementos que frenen la comprensión de los lectores, el objetivo principal es llegar inmediatamente a captar la atención de el receptor (Armentia, Caminos, 2003).

3.2.2 La entrevista objetiva.

La entrevista es una ficción narrativa con una disposición de las preguntas y respuestas y una redacción final que no coinciden necesariamente con la forma en que se ha desarrollado la conversación; el primer imperativo es trasladar al lector de la forma más fidedigna la naturaleza y las palabras del personaje (Pepa Roma, 2000, p.61).

La entrevista objetiva es aquella en la que el periodista se limita a exponer su conversación con un personaje mediante el sistema de pregunta y respuesta, se excluyen en ella los comentarios o las descripciones interpretativas en torno al entrevistado.

Ésta se encabeza por una entradilla donde se enmarca al entrevistado, se cita su edad, se relata su trayectoria, y cuenta el motivo por el que es entrevistado; siendo la intervención del periodista escribir el resumen de la conversación (Grijelmo, 2001).

3.2.3 El reportaje informativo.

El autor se sumerge en la realidad, a partir de ella construye una narración, yendo personalmente al lugar de los hechos, sirviéndose de lo que oye, le cuentan, de la vista, el olfato, el tacto, para transcribir de la forma más completa posible.

El reportaje es un texto informativo que recrea la noticia; incluyendo elementos noticiosos, declaraciones de diversos personajes, ambiente, color, y que fundamentalmente tiene carácter descriptivo. Se presta más al estilo literario que la noticia, parte de una recreación de algo que fue noticia y que en su momento no se abarcó por completo. Pueden darse reportajes intemporales sobre hechos o costumbres que, sin ser noticia, forman parte de la vida cotidiana, la política, la economía, los espectáculos, no es necesario que se entronquen con la actualidad, si se aborda alguna cuestión de interés para los lectores; las variedades de reportajes pueden ser variadas y hasta combinadas entre ellas, puede ser de interés humano, de interés social, de interés noticioso, de opiniones, de interés didáctico. (Grijelmo, 2001).

3.2.4 La documentación.

Un periódico y un informador no pueden prescindir de los datos, los antecedentes, las similitudes, la oposición entre dos o más situaciones; se puede apoyar de diversas herramientas, que van desde la hemeroteca, el archivo fotográfico, el banco de datos y documentos impresos (libros, enciclopedias, revistas, recortes, publicaciones), fuentes de Internet. La documentación puede constituir un apartado que complete la nota, o puede constituir un artículo independiente (Grijelmo, 2001).

El periodismo actual ofrece otras posibilidades de usar géneros donde se mezclan la información y la interpretación y muestra de ellos son los siguientes géneros:

3.2.5 La crónica.

La crónica es el primer grado de interpretación que se hace de un acontecimiento, coincide con la noticia en que sigue basándose en los hechos, pero éstos se contemplan y relatan a la luz de otras informaciones suplementarias de las que dispone el periodista, por ello la crónica ya va firmada (Roma, 2000, p. 56).

Ésta toma elementos de la noticia, del reportaje y del análisis, se distingue porque incluye una visión personal del autor. Es un género difícil, y suele estar reservada a especialistas en la materia (Grijelmo, 2001).

3.2.6 La entrevista-perfil.

Consiste en una información interpretada en la que trasladamos las ideas de un personaje informativo tamizadas por la propia visión del periodista. En éste caso no se emplea ya el esquema de pregunta-respuesta, sino que las declaraciones del entrevistado se producen entre comillas y se alternan con descripciones sobre el personaje o la explicación de su trascendencia pública.

Por tanto la entrevista perfil permite una mayor libertad formal, el uso de ésta se da pues el foco es el entrevistado, sus opiniones personales, su mundo interior, su trayectoria personal, donde lo principal son las declaraciones del entrevistado (Grijelmo, 2001).

3.2.7 La crítica.

La crítica es aquel artículo de opinión que analiza, disecciona, desmenuza y elogia o censura una obra artística o cultural. Se trata de un texto opinativo en la que el lector lee la opinión de erudito sobre determinada obra humana (Grijelmo, 2001).

3.2.8 El artículo.

Es el género en que el periodista puede desplegar sus dotes creativas y expresar abiertamente su opinión (Roma, 2000, p.85). Puede contar con una libertad narrativa, manteniendo siempre su vínculo con la realidad, lo que normalmente interesa del artículo es la opinión de alguien que nos merece respeto, por su especialización. Se distinguen dos tipos de artículos: el de fondo y de autor (Roma, 2000).

Es el género de mayor libertad posible, del que forman parte la columna, la tribuna libre y el comentario. La columna breve suele abordar cuestiones triviales, o al menos cuestiones tratadas con trivialidad. La tribuna libre se trata de un espacio que el periódico cede a

opiniones ajenas al diario y sus colaboradores habituales. El artículo no ofrece directamente opiniones o visiones personales de la realidad, sino que narra hechos a modo de parábola, en la mayoría de los casos es una ficción, pero a veces recrea sucesos verdaderos (Grijelmo, 2001).

La actual tecnología permite trabajar los mensajes periodísticos y adaptarlos a nuevas normas y reglas, contribuyendo a la implantación de determinados géneros que tan solo hace unas décadas era impensable su presencia tan notoria; así dentro del campo de los géneros periodísticos; nos encontramos con algunos estrictamente visuales (fotografía), otros que combinan lo visual con lo textual (infoperiodismo) y con el internet han aparecido nuevos géneros como el foro, la entrevista de los lectores, la retransmisión escrita y la crónica de urgencia (Armentia, Caminos, 2003).

La forma de articular la información y la forma en que se distribuye en secciones es distinta a cada diario; en América Latina lo diarios están difundido en muchas secciones y subsecciones, muy influenciados por la cultura francesa y que han sido llevados a establecer diferentes categorías para los acontecimientos que suceden dentro y fuera del país, así contienen secciones como nacional, internacional, opinión, espectáculos, deportes, economía, cultura (Roma, 2000).

Grijelmo (2001) refiere que hoy en día el uso de la computador ha resuelto el problema que anteriormente se suscitaba en los diarios, primero se escribía la noticia y luego se le buscaba un hueco, ahora primero se tiene el hueco y entonces se escribe la noticia y cuando por cuestión de espacios es necesario reducirla, siempre se puede cortar por el medio, por una frase, por una palabra de cada párrafo: para ellos se dispone un teclado, una pantalla, y una rapidísima impresión nueva.

Así se introducen explicaciones o documentaciones que enriquecen la noticia, aunque ellos suponga romper el desarrollo cronológico de un relato, la relación de hechos o su estructura elaborada conforme al interés de cada párrafo Grijelmo (2001) aclara que el contenido de la noticia debe incluir no solo el qué, quién, cómo, dónde, cuándo, y por qué, sino además es Y según, Y para qué, Y cuánto.

Así la estructura de la nota debe incluir:

- Titular. En éste debe converger lo más relevante o en el sentido último del texto que encabeza, contiene la información para entender de qué va la noticia

- Lead o entradilla. Se diferencia tipográficamente del texto con una letra de un cuerpo mayor, da respuesta a las primeras preguntas que puedan plantearse.
- Ladillos, sumarios y pie de fotos. Los ladillos son titulares secundarios que se intercalan, anunciando lo más relevante de lo que viene (Roma, 2000).

Juan de la Borbolla refiere que el reto más importante de los periódicos es seleccionar la información concreta que pueda ser del interés del receptor de ese servicio empresarial. Y aclara que ésta es la razón por la que algunos periódicos están haciendo productos para nichos específicos de información especializada para poder satisfacer intereses muy concretos, en éste mismo orden se contempla el tema de la competencia entre los medios que se ha complicado enormemente con los siguientes efectos cambiantes en los ámbitos de tipos de audiencia.

3.3 El periodista.

Vivaldi (1981) opina que: “escribir es pensar”, por lo que “escribir bien es pensar correctamente” (Armentia, Caminos, 2003).

Nuñez Ladevéze (1991), opina que la labor del periodista es especializada e intermediaria, es una tarea en la que alguien actúa profesionalmente como intermediario para facilitar informaciones sobre hechos o noticias que se presumen de interés pero que serían desconocidas para la mayoría si el periodista no se dedicara a narrarlas. Así la actividad periodística cumple una función social concreta, de cierto nivel intelectual, graduable según las modalidades y condiciones del trabajo, pero más claramente especializada a medida que la sociedad avanza en la escala del progreso industrial y democrático.

Moisés Ochoa Campos, en su libro *Reseña Histórica del Periodismo Mexicano* nos dice que la función social del periodista es la de informar, orientar y educar a la colectividad que sirve (Ochoa Campos).

Si se define al periodista por lo que hace, podríamos decir que es el profesional que busca todo cuanto acontece a nuestro alrededor, principalmente tratándose de todo lo malo y nos lo informa a través del medio para el cual trabaja. Es uno de los personajes más temidos por los personajes públicos que tienen algo que esconder; saben que un periodista puede

destruir su reputación en fracción de segundos. Es un profesional que en buena medida trabaja con el rumor y el chisme (Partida, 2000).

Periodista es la persona que posee conocimientos suficientes del contexto social y del entorno directo de su actividad, que con aptitudes, habilidades y actitudes adecuadamente formadas, puede y/o tiene como labor principal informar para establecer la comunicación social, interviene directamente en la captación, análisis y difusión de la información susceptible de ser noticia, presentándola con criterios y en los géneros informativo-periodísticos para divulgarse a través de los medios de difusión, sean impresos o electrónicos. Es el profesional directamente responsable de la información noticiosa para la comunicación, en cualquiera de sus fases, reportero, reportero gráfico, video reportero, redactor, corrector especializado de textos, cartonista, comentarista de noticias, editor o conductor de noticiarios en medios impresos o electrónicos (Rogelio Hernández).

El periodista, el informador-comunicador, según el mexicano Eulalio Ferrer (1997) es: El camino del significado para que la información alcance categoría de norma social, es quien transforma la información en comunicación. Le auxilian los medios, pero la potencia mayor radica en los recursos naturales del ser humano, de lo genético a lo expresivo. Son ellos los que articulan su lenguaje, los que reflejan los dones creadores de su imaginación, tan manifiestos en las diversas formas del arte (Rogelio Hernández).

En el periodismo la idea es lo más importante, sobre la base de ésta idea es que se formula un plan para buscar información y luego para redactar el texto, el reportero puede esmerarse en la investigación y mostrar mucha destreza al escribir, pero si la idea no sirve el lector lo notará, muchos reporteros trabajan al revés esforzándose muy poco en pulir una idea realizando textos que carecen de inspiración; para evitar esto solo es necesario que, al comienzo, el reportero dedique unos pocos minutos a pensar en forma creativa (Hall, Merino, 1995).

El tipo de periódico marca el enfoque que se da a las noticias, son las diferentes secciones en las que éste se divide las que determinan el tipo de conocimiento y habilidades en los que deberá especializarse un periodista (Roma, 2000, p.33).

Hoy, la sociedad no puede prescindir de los periodistas: los escucha, los acompaña, se siente reflejada en algunas voces. No obstante, subsiste una estructura periodística donde

los salarios son bajos de por sí y más bajos en función de la creciente responsabilidad de los reporteros y quienes hacen los medios (Ramírez y Egremy).

Una de las tareas también importante del periodista es el uso de notas, técnica que el periodista usa día a día, se vale de grabadoras, pero durante la jornada profesional, pueden suceder percances, se pueden acabar las pilas, se enreda la cinta, se termina una cara y se percanta del final de la cinta, o el entrevistado pide que se apague el reproductor; por eso es conveniente tomar notas, por que a través de ellos se podrá encontrar en la grabación los mejores pasajes y que se dé el titular o la entradilla. Algunos periodistas comenten el error de teclear la entrevista completa para ir cortando lo menos significativo, así el trabajo del entrevistador dura horas y dirá muy poco de su eficacia, su rapidez, y su claridad de ideas (Grijelmo, 2001).

Los periodistas, son gente súper privilegiada, tienen la comunicación diaria, no con miles de personas, sino con millones en todo el país; desgraciadamente no lo aprovechan para decir algo edificante. Lo poco bueno que dicen contados periodistas, es opacado con lo mucho malo que dicen los otros. El periodista termina sabiendo el reflejo de todo cuanto hay en la sociedad (Partida, 2000).

Otra enseñanza que dirige el trabajo del periodista es la objetividad que exige que el mensaje del periodista sea verdadero, fundamentado en una verdad contundente; sin embargo ante ésta situación surge el hecho de que la verdad resultado un valor universal, pero que las verdades particulares pueden ser muchas y hasta contradictorias, cada reportero y cada medio tiene su verdad, y resultaría convincente que lo hicieran saber a su público (González Levet).

Al respecto Partida (2000) habla acerca de la ética en el periodismo: “Desgraciadamente parece no entenderse lo que eso significa, puesto que no se ve reflejada en las páginas de los periódicos ni en las pantallas de televisión. Tener la verdad como único principio ético en el periodismo, lo vuelve muy vulnerable. Todos tenemos nuestras verdades, el PRI tiene sus verdades, el PAN y el PRD las suyas, todos los mexicanos tenemos nuestras verdades y cada quien trata de defenderlas.

El problema es que hay verdades que no nos interesan y otras que no causan el menor impacto en la gente. El periodismo se ha olvidado de otros principios, quizá de la misma

importancia el periodismo que ejerce a plenitud la libertad, el conocimiento del buen uso del poder, de la comunicación y la ética, es la mejor herramienta para transformar a México en algo diferente y mejor (Partida, 2000).

Hall y Merino (1995) comentan acerca del punto: “Algunos errores de los periodistas es que visualizan la creatividad como una licencia para faltar a la ética de la profesión, ese conflicto se manifiesta en trucos como:

TRUCOS POR FALTA DE CREATIVIDAD
▪ Personajes ficticios
▪ Personajes compuestos
▪ Datos inventados
▪ Testimonios falsos
▪ Citas incorrectas
▪ Entrevistas falsas
▪ Mintiendo con imágenes
▪ Bromas periodísticas

Rogelio Hernández describe que para ser periodista se debe cumplir con rasgos claros:

- Poseer conocimientos sólidos de su profesión y de su entorno directo (saber pasado y presente de las características y del ejercicio de su actividad y su medio ambiente).
- Poseer cultura amplia (saber percibir e interpretar el contexto general para ubicarse en él oportuna y creativamente).
- Desarrollar actitudes y actitudes adecuadas para ejercer su profesión (poder hacer con metodologías, técnicas y procedimientos más allá de los atributos “innatos” del antiguo oficio).

Los periodistas trabajan presionados por la falta de tiempo y espacio, deben recopilar rápidamente la información y luego escribirla en forma concisa, el periodista muestra su inclinación por utilizar abstracciones y definiciones para resumir en vez de contar historias cuando redacta. Los resúmenes ayudan a incorporar información de trasfondo y tienden a usarlos indiscriminadamente porque se les exige eficiencia, lo cual en muchos medios se determina por el número de notas que realiza; pero ésta práctica crea el efecto alejar a los lectores (Hall, Merino, 1995).

Partida (2000) desarrolla un decálogo del periodista, el cual da una guía bastante explícita de lo que funge un periodista.

1. Como periodista, eres un guía de muchísima gente; estás obligado a procurar ser una buena influencia.
2. Conviértete en un promotor del entretenimiento entre todos los miembros de la sociedad.
3. Estás obligado a adquirir la sabiduría para saber preguntar, sólo así obtendrás sabias respuestas.
4. El conocimiento es infinito, imposible que lo puedas abarcar todo, necesitas humildad para aceptar que no sabes.
5. Difunde la información útil y significativa para quienes escribes o hablas.
6. Usa el humorismo de buena ley, sin confundir la sátira con el escarnio y la grosería.
7. Imprime un sentido edificante y educativo a los comentarios sobre los delitos.
8. No sólo des voz a los que menos tienen, dásela principalmente a los que tienen la sabiduría para edificar una mejor sociedad.
9. Busca la verdad que edifique, hay verdades que destruyen vidas y reputaciones, aléjate de ellas.
10. Nunca recibas dádivas para calla o para hablar, cuando lo recibes, pierdes lo más preciado que tiene el ser humano: tu libertad.

Si revisamos la historia del periodismo, daremos cuenta que en el pasado existieron grandes genios del periodismo que se formaron en el escalafón del mismo ejercicio periodístico; ellos no tuvieron una escuela, como es el caso de los de hoy, y sin embargo dieron grandes frutos. En cambio, en la actualidad tenemos todos los recursos tecnológicos para desempeñar nuestra labor y sin embargo tenemos un periodismo de mala calidad. Estamos sometidos a las circunstancias (Partida, 2000).

Ser periodista en el siglo XXI implica contar con la formación que facilitan los estudios universitarios y ser profesional con reconocimiento y apoyo social en su más amplia acepción; lo que significa también ser más libre. Eso no niega la necesidad de contar con las técnicas del oficio; al contrario, éstas se perfeccionan según las especializaciones en el ejercicio, porque sólo la práctica mejora a cualquier profesionista. Sin embargo, ante esos requisitos no caben los empíricos de la vieja usanza ni se pueden acatar pertinentemente cuando pesan demasiado las subordinaciones laborales o políticas (Hernández López).

El antiguo oficio del periodista se ha transformado en una profesión moderna que además, por los vertiginosos caudales de la información globalizada, cada día reclama más especializaciones, al grado de que en Europa, por ejemplo, se augura el desvanecimiento del periodismo como profesión. Entre los periodistas de medios de difusión masiva y los que se desempeñan en instancias emisoras de información pública, suman aproximadamente en el ámbito nacional 35 mil, se deduce del cruce de los datos diversos la siguiente tabla anexa, que se explican posteriormente (Rogelio Hernández):

Fuente: Diversas instituciones oficiales, Publicaciones especializadas, muestreos y una tesina universitaria. Los cálculos son del autor.

Periodistas y medios, 1998

Medio	Cantidad de medios	% de medios	Promedio de periodistas	Subtotal de periodistas	% de periodistas
Agencias	59	1.29	35	2,065	6.64
Cine (productoras)	5	1.10	10	50	.16
PERIÓDICOS	400	8.78	38.6	15,440	46.69
Revistas comerciales	192	4.21	10	1920	6.17
Revistas especializadas	1920	42.14	3	5,760	18.53
Radio	1,332	29.24	4	5,328	17.15
Televisoras	648	14.22	0.78	505	1.62
Totales	4,556	99.98	7.78	31,068	9.6

De la tabla anterior el punto que nos es relevante es aquel en el que se observa que en los periódicos se concentra casi el 50 por ciento de los periodistas activos en los medios de prensa; el promedio general en ellos es de 39 periodistas en los 400 impresos registrados oficialmente. En algunos impresos, el personal de redacción es muy alto. En los estados, los

números de periodistas oscilan según el peso y la influencia del medio y disminuyen inversamente proporcional a las cargas de trabajo de los periodistas que en muchos casos deben ser reporteros de cinco o más notas diarias, correctores, cabeceros, editores.

Por lo tanto en mi definición personal un periodista debe ser un buen escucha, un buen entrevistador, plantearse distintas perspectivas para encontrar un ángulo interesante a otros, visionario no solo al futuro sino al pasado y contextualizar en el hoy, con un sentido realista debe ser creativo y versátil, enfrentar diversos tipos de situaciones y enmarcar según su criterio el contenido en un género periodístico adecuado al tema; ésa es una labor de profesionales éticos.

3.3.1 La formación del periodista

¿Qué estudia un periodista? Antiguamente no había escuelas de periodismo, estos se hacían sobre la marcha, los más destacados lo eran porque tenían una carrera distinta al periodismo. En 1949 se fundó la primera escuela de periodismo, la Escuela Carlos Septién García, ahí se han formado una buena parte de los periodistas que están en los medios. La carrera se hace en cuatro años, con materias como redacción, la noticia, la entrevista, y el reportaje, también están las materias de apoyo como son la teoría de la comunicación, sociología de la información, filosofía, sociología, historia de la cultura. Desgraciadamente no se capacita al alumno para emitir juicios, pero debieran capacitar para saber qué y cómo preguntar, y saber a dónde acudir para encontrar respuestas.

A la hora de los hechos, los periodistas emiten juicios sobre los diferentes problemas sociales y lo peor es que la sociedad los interpreta como la última palabra; pues las investigaciones que hacen la gran mayoría de los periodistas caen en superficialidades. Éste concepto reclama una profunda modificación de los planes y programas de estudio de los futuros periodistas y la plena aceptación de sus propias limitaciones como los profesionales de la comunicación. En la medida que acepten sus limitaciones, podrán verdaderamente contribuir a la promoción del entendimiento en la sociedad (Partida, 2000).

La mayor parte de las escuelas de periodismo no prestan atención especial al análisis de cómo producir ideas buenas, lo alumnos prefieren matricularse en clases de historia, ciencia, criminología, oratoria porque piensan que estas asignaturas están relacionadas con el periodismo (Hall, Merino, 1995).

Sergio González Levet, periodista mexicano; trata de expresar que la didáctica mexicana del periodismo dirige sus armas teóricas en sentido negativo, hacia lo que no se puede hacer y propende a que el periodismo se acote por reglas, castrando al periodismo; siendo la libertad de expresión lo que debiera caracterizar el ejercicio periodístico. comenta: “casi sin excepción los manuales de periodismo están conformados como una serie de prescripciones que, más que orientar, acotan las capacidades del reportero en ciernes y le cercenan su posibilidad de expresión a través de la palabra escrita. Pareciera que la regla del juego de quienes pretenden erigirse en maestros de periodistas, es imponer prohibiciones en lugar de aportar herramientas para realizar mejor el trabajo”.

3.4. La actividad periodística y su contexto. Los retos informativos del siglo XXI.

Fernando Ortega explica: “La televisión y la radio arrebataron mercado a la prensa escrita que encuentra un posible camino de salvación: convertirse en un medio gratuito, como los competidores electrónicos, para asegurar audiencia y clientes. Es la “Free Press”. Surgió en Europa, en los países nórdicos, y ha sido todo un acontecimiento. Con sus trabajos periodísticos de calidad atrae a los lectores y con sus altísimos tirajes a los anunciantes, de cuyos ingresos sobrevive.

“Metro”, por ejemplo, es el diario gratuito más importante del mundo con 24 ediciones en 16 países y en 15 idiomas. Nació en Escocia, pero tiene ediciones propias. Su tiraje es de 4.2 millones de ejemplares y tiene 10.8 millones de lectores diarios. En Madrid también circula el diario “20 Minutos”, de “cortesía”, como también se le dice a la “free press”, y se reparte por miles en las estaciones del Metro.

Pepa Roma (2000), comenta: “El futuro de la prensa escrita se ve mermado por la televisión, la radio, y sobre todo el Internet, que abre un campo ilimitado y sin precedentes a la información, además de ofrecerse como soporte para la prensa escrita, ya no existe la misma necesidad de que se pase por todo el proceso de impresión y distribución cuando Internet puede abaratar los costos, sin pagar papel; tampoco habría que pagar a los obreros de la presa y los distribuidores. Nadie puede saber los hábitos que desarrollarán con los nuevos medios de comunicación, las generaciones audiovisuales de adolescentes que han crecido pegados al televisor”.

Hace 35 años se comenzó a desarrollar en el Pentágono, una aplicabilidad de la naciente ciencia computacional para la integración de sofisticadas redes de información especializada compartida y hoy se habla de Internet II de alta velocidad y alcances impresionantes para democratizar plenamente el acceso a la información para todo aquel que disponga de los medios y los conocimientos tecnológicos requeridos (Juan de la Borbolla).

Juan de la Borbolla hace una reflexión acerca de la situación social que vive el país: “El desarrollo de los medios técnicos de la información está planteando situaciones sociales novedosas con todos sus problemas. La capacidad técnica para difundir noticias, ideas, diálogos, imágenes, sonidos, video y audio esta rompiendo los conceptos manejados como métodos de censura o control sobre los contenidos a expresar. Con el Internet cualquier persona tiene acceso a fuentes primarias de comunicación; donde cabe la posibilidad de acabar desinformados.

Subsiste la competencia entre los periódicos diarios, siguen viendo como contrincantes, atacando el ganar la noticia, sin embargo hoy en día la circulación de medios da al público la posibilidad de adquirir diarios norteamericanos, europeos, además de los diarios de difusión nacional, con lo que el diario local debe mantener parámetros de calidad total para competir con esos nuevos mercados. El diario impreso tiene un competidor directo: El Internet. Que ha hecho que la circulación del diario impreso disminuya, otros competidores directos son: la radio, la televisión, que pueden dar cuenta más rápido de la información noticiosa simple.

Concluye: si el diario procura una información de calidad, inteligente, que facilite al receptor la profundización y la visión en perspectiva de los temas de que se informa, el periódico impreso subsistirá”.

Los periódicos tiene un reto además y que es más preocupante. la falta de formación y enseñanza preuniversitaria se manifiesta en errores lingüísticos. Las escuelas no pueden reducirse a meras escuelas de prácticas que organizan los periódicos; deben promover estudios e investigación sobre el material periodístico y contribuir a dignificar la mentalidad y la cultura de los periodistas futuros o actuales (Nuñez, 1991).

Miguel Angel Granados Chapa, periodista y analista político más influyente en el ámbito nacional opina: “pagando mal a su personal tienen buenas finanzas e independencia, pero

no crecen profesionalmente, van a perseverar quienes tengan una atracción anímica por éste oficio (Ramírez y Egremy).

“Las apariencias nos hacen sentir que estamos en mejores condiciones de información, pero eso es un espejismo, hoy tenemos radio, televisión, cine y hasta internet; realmente estamos conectados con el mundo entero, todo esto nos hace sentir que estamos mejor que en el porfiriato, pero tenemos 26 millones de personas en extrema pobreza; y lo que es peor, un periodismo apagado, doblegado a las circunstancias y sin claridad de su gran misión renovadora. Lo más lamentable es que se han casi asesinado las esperanzas dentro del periodismo, padecemos de una gran incertidumbre y pesimismo” (Ramírez y Egremy).

Veamos unas estadísticas. En 1910, el 90% de la población era analfabeta, sólo un millón seiscientos mil sabía leer y escribir y el periódico de mayor tiraje fue de 50,000 ejemplares. Hoy tenemos una población casi de 100 millones de habitantes y 90% sabe leer y escribir y el diario de mayor circulación, que es la Prensa, es de 270,000 ejemplares. Esto nos revela que el tiraje de los periódicos de mayor circulación se ha multiplicado 5.4 veces, mientras que la población que saber leer y escribir se ha multiplicado 56.2 veces (Partida, 2000) Es decir se esperaba que aumentando el numero de lectores la demanda de los diarios aumentaría sin que esto sea cierto.

Pero hay algunas ventajas que solo el periódico conserva, a pesar de que los lectores tienen acceso a otros medios de información, es que ante cualquier acontecimiento visto al día siguiente prefieren comprar el periódico pareciendo que la palabra escrita es capaz de fijar esa realidad volátil que nos llega a través de imágenes; en un periódico uno puede volver a ver una y otra vez sobre lo que se ha leído, verificar, comprobar los datos, cosa que no puede hacerse con la televisión o con la radio; otra de las funciones de la prensa es la de presentarnos cada día lo que ha sucedido de forma comprensible y global, como un mapamundi bien delimitado en secciones, columnas y titulares (Roma, 2000. p. 109).

CAPITULO IV

PROPUESTA DE CAPACITACION

Objetivo:

Facilitar la producción de ideas creativas en un grupo de periodistas a través del uso de la técnica de mapas mentales.

Objetivos del curso:

Desarrollar las capacidades personales en relación a la creatividad para enfrentar el actual contexto del periodismo.

Adoptar sistemas de gestión que contemplen satisfacer las necesidades de la organización donde se involucre el periodista

Actividades:

- Diagnosticar al participante sobre el uso personal de su creatividad
- Sensibilizar al participante sobre la importancia de conocer su talento creativo
- Enseñar al participante la técnica de mapas mentales para uso laboral
- Enseñar al participante cómo romper los bloqueos mentales
- Evaluar con el cuestionario posterior el aprendizaje adquirido

Para la evaluación del programa se hará uso de un cuestionario; con la información de éste se pretende obtener un análisis de resultados. Dicho cuestionario tendrá una aplicación al inicio, que será tomada como una evaluación exploratoria y otra al final donde irán quedando los registros del nuevo conocimiento adquirido e incorporado a las propias pautas. Esta información se podrá también aprovechar para mejorar los programas posteriores.

Sujetos:

Edad: 21 a 40 años

Sexo: Indistinto

Escolaridad: Licenciatura concluida en comunicaciones o periodismo

Nivel socioeconómico: Indistinto

Puesto: Periodista

Selección de sujetos:

Primer criterio es seleccionarlos porque en las juntas diarias de trabajo no hacen propuestas a la agenda editorial. Sus jefes hacen la designación de sujetos.

Segundo criterio es que se elijan por el tipo de género periodístico que publican y la sección en la que trabajan, permitiendo la aplicabilidad del entrenamiento a su área de trabajo.

Grupo:

Se propone trabajar con 8 individuos

Escenario:

Se entrenará este grupo dentro de la empresa. La sala tiene una medida de 12 mts. Por 20 metros se encuentra ventilada, e iluminada con luz natural y artificial, hay sillas, mesas, 1 pizarrón y dos muros sin cuadros.

Para dicha capacitación se añadirán algunos materiales a la sala como son: cojines de distintas formas y colores, y posters de diversos temas en las paredes, se ambientará el espacio con música, se llevará música de distintos tipos y se dejará que los asistentes cambien el ritmo según lo decidan.

Materiales:

Durante toda la semana habrá distintos materiales como revistas, tijeras, pegamento, hilo, crayones, plumines, plumones, marcatextos, papel bond, diurex, lápices de colores. Se incluyen materiales que se usarán para acondicionar la sala, como un reproductor de música, compactos de música de ópera, clásica, pop. Y cojines que permitan una cómoda posición.

Los cuestionarios forman parte de los materiales a usar el primer cuestionario se aplicará durante la primera sesión y el segundo se aplicará en la última sesión.

Numero de sesiones:

Se propone 5 sesiones; las cuales se pueden llevar a cabo una diaria por lo que en una semana, se vería concluido el entrenamiento.

El horario propuesto es a las 10:00 a.m. para permitir que lleguen descansados, las sesiones tendrán una duración de 2 1/2 horas.

Para la conclusión óptima del curso se considerará la asistencia regular y puntual.

Instructores:

Por parte del área de Recursos Humanos dos capacitadores harán el proceso de selección de individuos y preparación de materiales, y se apoyarán en el manejo de las sesiones.

Para la designación de instructores se considerará la afinidad hacia los contenidos, el dominio del tema.

TEMARIO

1. La Creatividad

Objetivo: Revisar los conceptos alrededor de creatividad.

Objetivo: Conocer que la creatividad es una habilidad desarrollable.

2. Los mapas mentales

Objetivo: Conocer los mapas mentales como una técnica para el desarrollo de la creatividad.

3. El énfasis del color en el uso de los mapas mentales

Objetivo: Aplicar el uso de sinestesias en los mapas mentales

4. Las imágenes en los mapas mentales

Objetivo: Aplicar el uso de las dimensiones, imágenes, en los mapas mentales

5. Jerarquización y categorización de IOB

Objetivo: Conocer el uso de palabras clave para jerarquizar

6. El orden numéricos en los mapas mentales

Objetivo: Aplicar el orden numérico como organizador en los mapas mentales

7. Los bloqueos mentales

Objetivo: Aplicar el rompimiento de bloqueos mentales

8. Uso de mapas mentales en el periodismo

Objetivo: Aplicar la técnica al campo laboral

SESIÓN 1

La Creatividad

Objetivo: Revisar los conceptos alrededor de creatividad, creando una propia definición.

Objetivo: Conocer que la creatividad es una habilidad desarrollable.

TITULO DE SESIÓN: LIBERTAD

Objetivo: Crear ambiente propicio para abrir el pensamiento creativo

Actividades:

- Se aplicará el cuestionario inicial, explicando que éste será una forma de medir el programa.
- Dinámica de relajación y diversión. Esta dinámica está propuesta con el fin de crear el ambiente propicio donde las ondas beta permitan que se originen las pautas creativas.
- Conocer la importancia de la creatividad. En esta dinámica se revisará el concepto de creatividad y la aplicación de la misma en la cotidianeidad; así como los logros que se pueden alcanzar con una alta creatividad.

SESIÓN 2

Los mapas mentales

Objetivo: Conocer los mapas mentales como una técnica para el desarrollo de la creatividad.

TITULO DE SESIÓN: CREAR

Objetivo: Conocer que la creatividad es una habilidad desarrollable

Actividades:

- ¿Quién quiere ser creativo? Esta dinámica está propuesta con el fin de crear una alta motivación para contribuir con la apertura al aprendizaje.
- Los mapas mentales. Esta actividad se propone para dar a conocer que la creatividad puede ser desarrollada y que a través de ésta técnica se permite la fluidez de ideas creativas.

SESIÓN 3

El énfasis del color en el uso de los mapas mentales

Objetivo: Aplicar el uso de sinestias en los mapas mentales

Las imágenes en los mapas mentales

Objetivo: Aplicar el uso de las dimensiones, imágenes, en los mapas mentales

TITULO DE SESIÓN: DIVERSION CREATIVA

Actividades:

- Desarrollar la técnica con asociaciones, usando color, imágenes, dibujos; ésta actividad se inserta para visualizar objetos, conceptos con otros elementos con los que se pueda asociar, p. ej al hablar de una nube dibujar ondas de color blanco.
- Desarrollar 10 asociaciones en 10 hasta llegar a un 3^o nivel. El propósito de ésta actividad es desarrollar un concepto en 10 elementos más y cada uno de éstos en 10 más, por lo que al final del evento contaríamos alrededor con 110 elementos asociados a una idea principal. Con esto nos percatamos de que no hay finito en las ideas que se pueden asociar a otra.
- Desarrollar un mapa mental con tiempo límite. El propósito de ésta actividad es realizar las mismas actividades anteriores con un nuevo tema, pero en esta ocasión se realizará con tiempo límite, el tiempo límite los acercará a lo que comúnmente es el trabajo bajo presión, al tiempo que reafirman los conceptos del mapa mental

SESIÓN 4

Jerarquización y categorización de IOB

Objetivo: Conocer el uso de palabras clave para jerarquizar

El orden numérico en los mapas mentales

Objetivo: Aplicar el orden numérico como organizador en los mapas mentales

Los bloqueos mentales

Objetivo: Aplicar el rompimiento de bloqueos mentales

TITULO DE SESIÓN: APLICAR LA TÉCNICA AL AMBITO LABORAL

Actividades:

- Identificar las IOB. Conocer que la técnica incluye conceptos de orden, siendo esto de ayuda para categorizar cualquier concepto; en los mapas anteriormente realizados identificará las IOB, para jerarquizar conceptos e ideas.
- Uso de la técnica para generar un mapa mental acerca del puesto de periodista. Esta actividad es la primera que ayuda a acercar el concepto del periodismo a mapas mentales, se estima que al llevar a cabo este mapa se encuentren con algún bloqueo por lo que la actividad siguiente se relaciona con este rompimiento de bloqueos.
- Romper bloqueos mentales. Para esta actividad se usa el mapa anterior y se solicita que ante el bloqueo, no se limiten con prejuicios, ideas existente, se solicita que actúen como si no conocieran nada acerca del tema y que permitan que fluyan ideas, aunque crean que no hay asociaciones aparentes.

SESIÓN 5

Uso de mapas mentales en el periodismo

Objetivo: Aplicar la técnica al campo laboral

TITULO DE SESIÓN: APLICAR LA TÉCNICA AL AMBITO PERIODISTICO

Actividades:

- Uso de la técnica para generar temas para redactar. Durante esta actividad se solicitará que usen un tema de actualidad y las diferentes concepciones o enfoques desde el cual se pueda abordar la nota, se pueden incluir diversos géneros periodísticos
- Uso de la técnica para generar la imagen visual de una nota. Durante esta actividad realizarán uno de los enfoques anteriores para generar diversas opciones de publicación, p. ej. uso de fotos, o de infografía, o estadísticas, o algún otro elemento que sea creatividad del participante.
- Cierre. Para esta actividad se solicita llenen el cuestionario y se escucharán los comentarios acerca del programa.

A continuación se anexan los mapas mentales de la programación de las actividades que se llevarán a cabo, cada sesión

TEMARIO

La Creatividad

Objetivo: Revisar conceptos alrededor de creatividad, creando una propia definición

Objetivo: Conocer que la creatividad es una habilidad desarrollable

Los mapas mentales

Objetivo: Conocer los mapas mentales como una técnica para el desarrollo de la creatividad

El énfasis del color en los mapas mentales

Objetivo: Aplicar el uso de sinestesias en los mapas mentales

Las imágenes en los mapas mentales

Objetivo: Aplicar el uso de las dimensiones, imágenes, en el uso de los mapas mentales

Jerarquización y categorización de IOB

Objetivo: Aplicar el uso de palabras clave, jerarquizando o categorizando con esto el mapa mental

El orden numérico en los mapas mentales

Objetivo: Aplicar el orden numérico como organizador en los mapas mentales

Los bloqueos mentales

Objetivo: Aplicar el rompimiento de bloqueos mentales

Uso de mapas mentales en el periodismo

Objetivo: Aplicar la técnica al campo laboral

Objetivo principal: Desarrollar la creatividad a periodistas

- Objetivo: Revisar conceptos alrededor de creatividad, creando una propia definición
- Objetivo: Conocer que la creatividad es una habilidad desarrollable
- Objetivo: Conocer los mapas mentales como una técnica para el desarrollo de la creatividad
- Objetivo: Conocer el uso de sinestesias en los mapas mentales
- Objetivo: Conocer el uso de las dimensiones, imágenes, en el uso de los mapas mentales
- Objetivo: Conocer el uso de palabras clave, jerarquizando o categorizando con esto el mapa mental
- Objetivo: Aplicar el orden numérico como organizador en los mapas mentales
- Objetivo: Romper con los bloqueos mentales
- Objetivo: Aplicar la técnica al ámbito laboral

SESIONES

Lunes

SESION 1 LIBERTAD

- Objetivo: Crear ambiente propicio para abrir el pensamiento creativo
- Actividad 1: Dinámica de relajación y diversión
- Actividad 2: Conocer la importancia de la creatividad

Martes

SESION 2 CREAR

- Objetivo: Conocer la creatividad como una habilidad desarrollable
- Actividad 3: ¿Quién quiere ser creativo?
- Actividad 4: Los mapas mentales

Miércoles

SESION 3 DIVERSION CREATIVA

- Objetivo: Aplicar la técnica de mapas mentales
- Actividad 5: Desarrollar la técnica con asociaciones usando color, imágenes, dibujos
- Actividad 6: Desarrollar esas 10 asociaciones en 10 más hasta el 4o nivel
- Actividad 7: Desarrollar un mapa mental con tiempo límite

Jueves

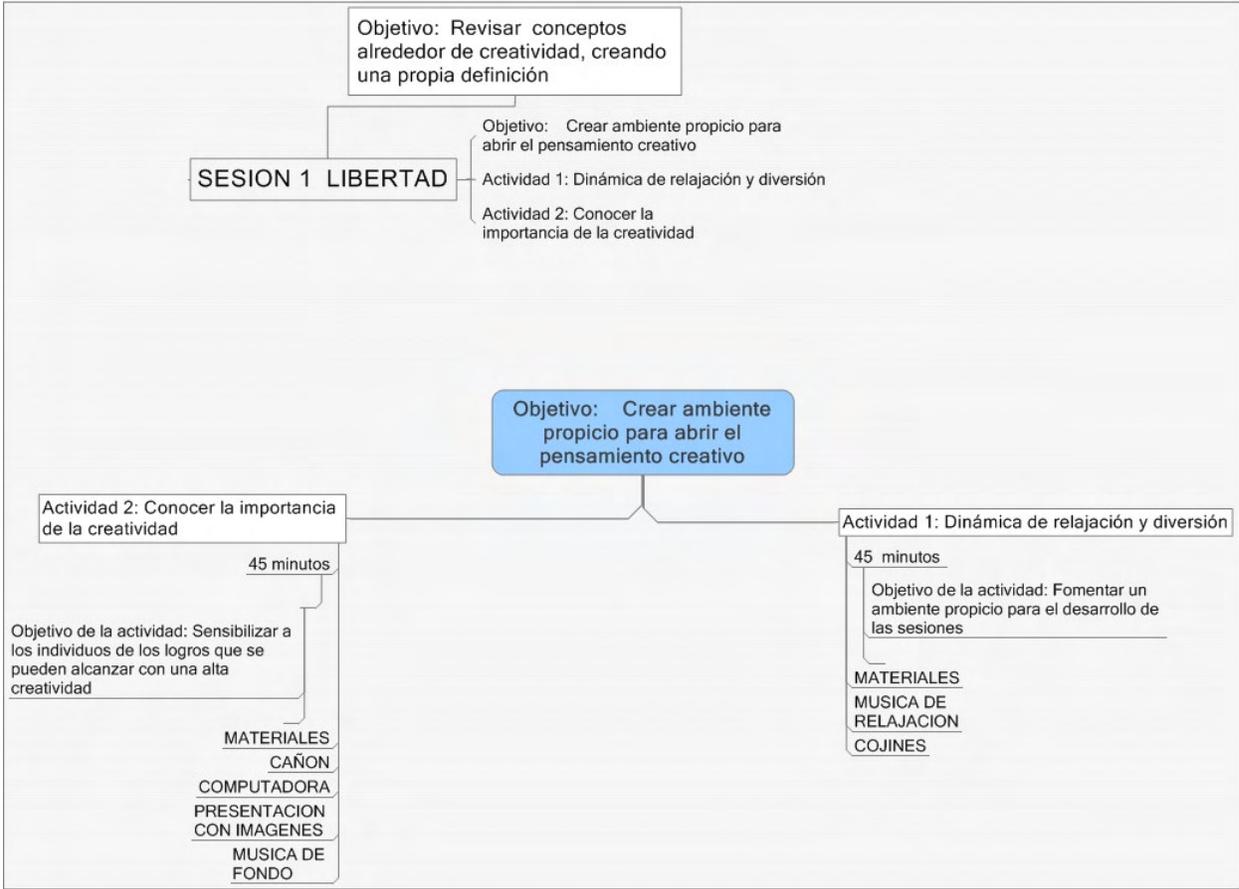
SESION 4 ¿QUE MAS PUEDO CREAR?

- Objetivo: Aplicar la técnica al ámbito laboral
- Actividad 8: Actividad 8: Identificar las IOB, categorizando y jerarquizando
- Actividad 9: Uso de los números como organizadores
- Actividad 10: Romper los bloqueos mentales

Viernes

SESION 5 MAPEAR LABORALMENTE

- Objetivo: Aplicar la técnica al ámbito laboral
- Actividad 11: Uso de la técnica para generar temas para redactar
- Actividad 12: Uso de la técnica para generar la imagen visual de una nota
- Actividad 13: Cierre



Objetivo: Conocer que la creatividad es una habilidad desarrollable

SESION 2 CREAR

Objetivo: Conocer la creatividad como una habilidad desarrollable

Actividad 3: ¿Quién quiere ser creativo?

Actividad 4: Los mapas mentales

Objetivo: Conocer la creatividad como una habilidad desarrollable

Hacer 10 minutos de Relajación

Actividad 4:
Los mapas mentales

45 minutos

Objetivo de la actividad: Dar a conocer a los alumnos la técnica de mapas mentales

MATERIALES

CAÑON

COMPUTADORA

PRESENTACION CON IMAGENES

MUSICA DE FONDO

Actividad 3: ¿Quién quiere ser creativo?

45 minutos

Objetivo de la actividad: Crear una alta motivación para contribuir con la apertura al aprendizaje

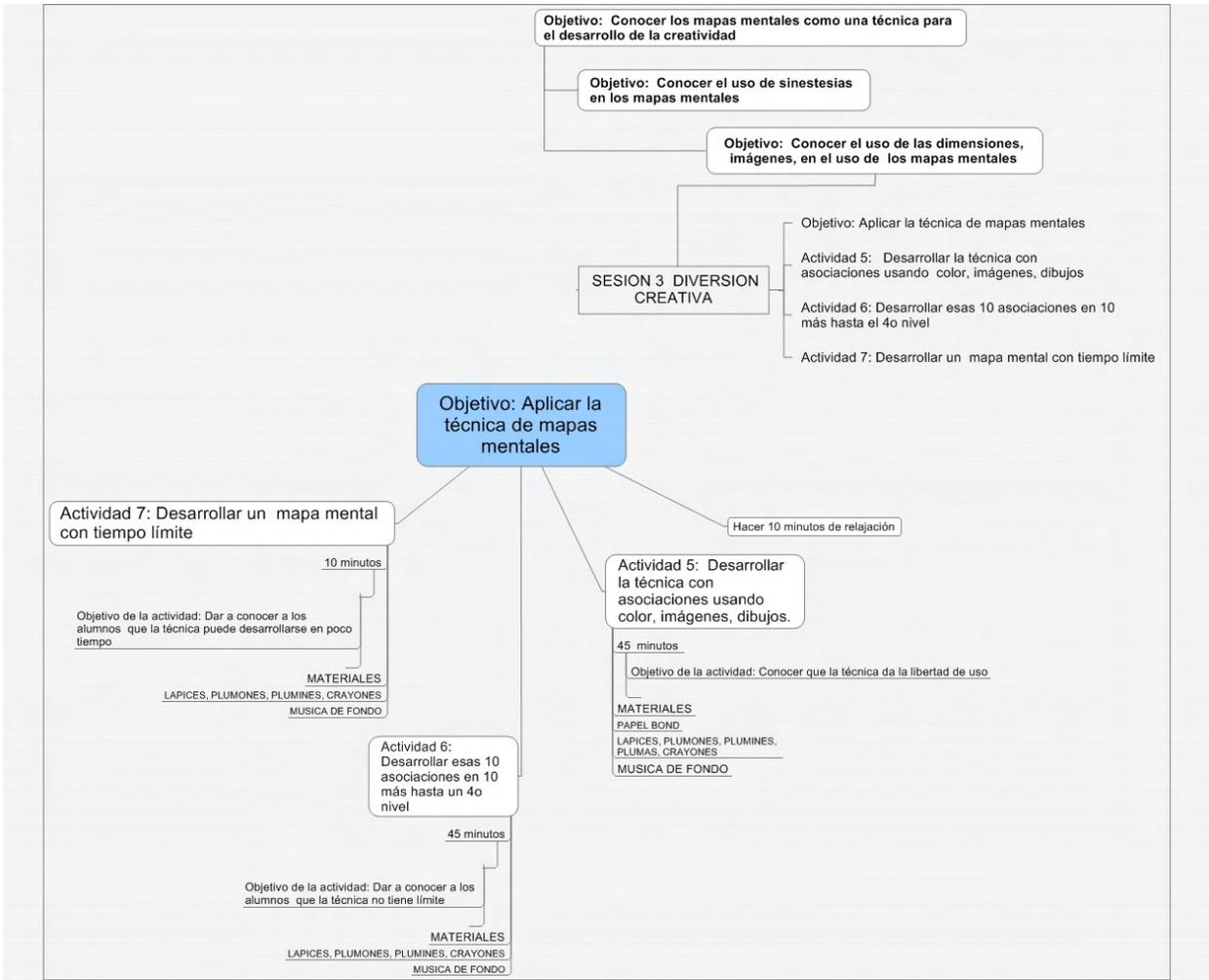
MATERIALES

MUSICA DE FONDO

PRESENTACION

COMPUTADORA

CAÑON



Objetivo: Conocer el uso de palabras clave, jerarquizando o categorizando con esto el mapa mental

Objetivo: Aplicar el orden numérico como organizador en los mapas mentales

SESION 4 ¿QUE MAS PUEDO CREAR?

- Objetivo: Aplicar la técnica al ámbito laboral
- Actividad 8: Actividad 8: Identificar las IOB, categorizando y jerarquizando
- Actividad 9: Uso de los números como organizadores
- Actividad 10: Romper los bloqueos mentales

Objetivo: Aplicar la técnica al ámbito laboral

Actividad 10 Romper los bloqueos mentales

30 minutos

Objetivo de la actividad: Aplicar el rompimiento de bloqueos mentales

MATERIALES

LAPICES, PLUMONES, PLUMINES, CRAYONES

MUSICA DE FONDO

Actividad 9: Uso de la técnica para generar mapa mental acerca del puesto de periodista

40 minutos

Objetivo de la actividad: Acercar a los alumnos a usar la técnica en el ámbito laboral

MATERIALES

LAPICES, PLUMONES, PLUMINES, CRAYONES

MUSICA DE FONDO

Hacer 10 minutos de relajación

Actividad 8: Identificar las IOB

40 minutos

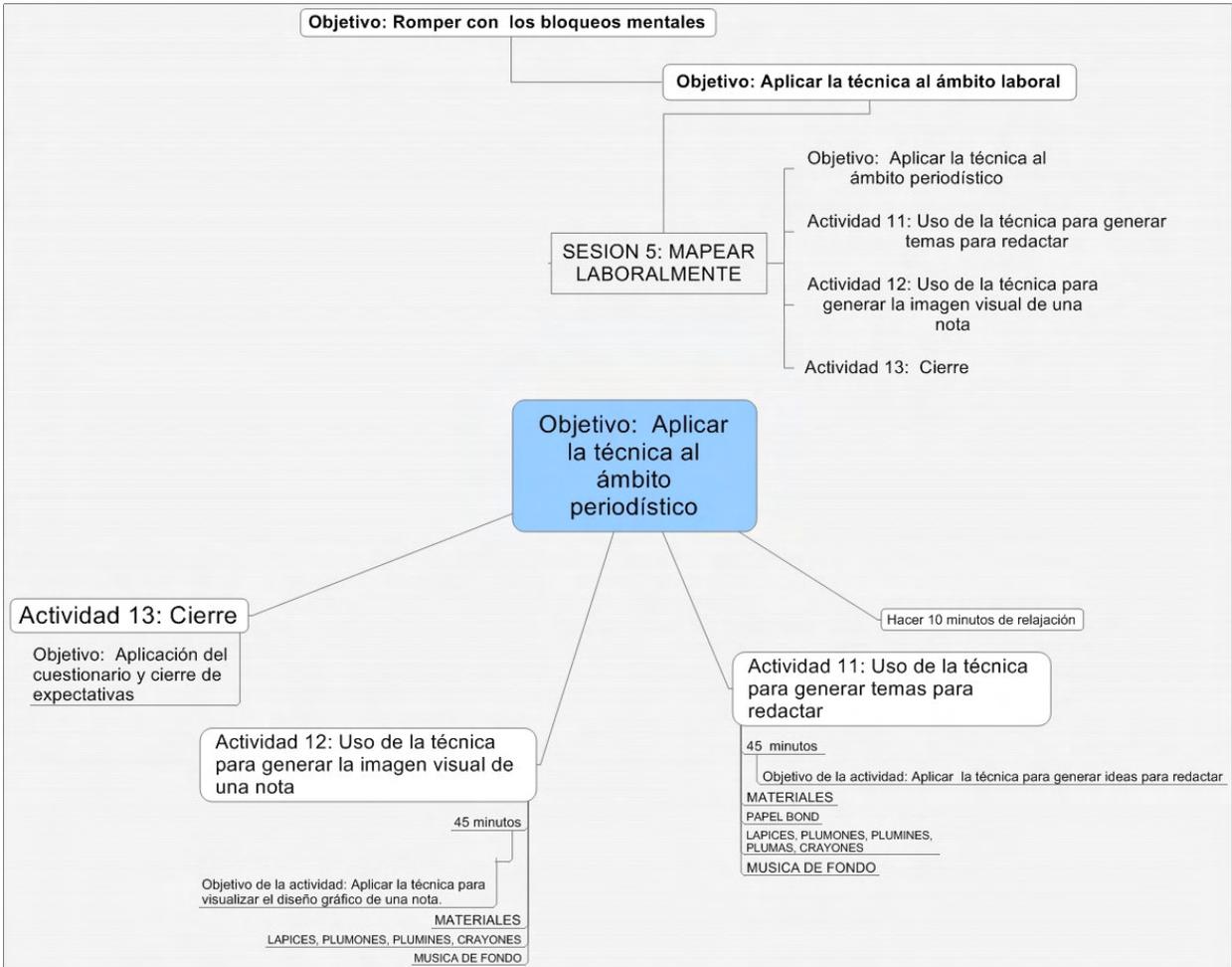
Objetivo de la actividad: Conocer que la técnica ayuda categorizar cualquier concepto

MATERIALES

PAPEL BOND

LAPICES, PLUMONES, PLUMINES, PLUMAS, CRAYONES

MUSICA DE FONDO



ALCANCES Y LIMITACIONES

La aplicación de la creatividad como una herramienta a la solución de problemas debiera ser una de las herramientas más utilizadas en las organizaciones. Sin embargo se ha demostrado poco su utilidad, y beneficios.

Por siempre es importante dar al empleado actual la capacitación que le permita desarrollar las competencias requeridas para desempeñar su función laboral; sin embargo los objetivos de la capacitación en las organizaciones constantemente están determinados por las metas comerciales, dejando en un segundo plano el desarrollo de capacidades humanas para concentrarse en el dominio de la operación cotidiana. Otra de las limitantes es que el desarrollo de la creatividad implica un cambio en la visión que se tiene de la vida, requiere del cambio de paradigmas internos, para poder crecer, lo cual internamente puede no ser adoptado con facilidad por los empleados. Otra posible limitación, son las características de personalidad de los participantes, pues estas influirán directamente en el resultado de la capacitación.

En contraparte encontramos que la aplicabilidad de la propuesta es amplia debido a que existe una gran variedad de puestos, en todas las organizaciones que desarrollando la creatividad encontrarán un mejoramiento en el manejo de situaciones, problemas y perfeccionamiento en el dominio de funciones.

Esto puede dar utilidades directas en el mundo comercial, organizacional, o institucional pues el personal creativo afronta con rapidez las demandas que se puedan dar.

CONCLUSIONES

El estudio de la creatividad es más amplio de lo que se pudo revisar en este trabajo; es en mi percepción un concepto que rompe paradigmas personales, escolares, familiares profesionales; pero aún de mayor importancia la creatividad es un campo que aún requiere de mucho estudio, mi aportación a ese estudio es directamente en la aplicación práctica que valide las teorías alrededor de ésta.

El planteamiento del presente trabajo queda propuesto para aplicarse en cualquier profesión que requiera del análisis, del reto, del esfuerzo intelectual y queda también como un reto para los círculos de profesionales en el ámbito de administración de recursos humanos.

No debo dejar de considerar que el programa puede encontrar muchas posibles limitantes tales como la falta de recursos económicos en las organizaciones; la orientación de la administración hacia los procesos y no hacia los individuos; la falta de compromiso de los individuos con su propio crecimiento personal; y la misma falta de propuesta del administrador de capacitación.

Por último considero que este programa es aplicable a algunas personas y la técnica puede resultarles muy afín, mientras que para otras existirán otras técnicas más afines; sin embargo el objetivo que se pretende alcanzar a través de los mapas mentales es muy afín pues utiliza diversos elementos gráficos, tal como el periodista lo requiere de acuerdo a sus funciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Arias, L. y Heredia, V. (2006). **Administración de Recursos Humanos: para el Alto Desempeño**. México: Trillas
- Armentia, I. y Caminos, J. (2003). **Fundamentos de Periodismo Impreso**. España: Ariel
- Badillo, M. (2004, Enero). Aprender a Convivir Prensa-Gobierno. **Los periodistas**. (México), 6.
- Baena, G. (2004, Febrero). Los Medios de Comunicación la Gran Amenaza. **Los Periodistas**. (México), 11.
- Bond, F. (1969). **Introducción al Periodismo**. México: Limusa-Wiley.
- Borbolla, J. (2001, Mayo). Los Retos Informativos del Siglo XXI. **Cuadernos del Cambio, los Medios de Comunicación**. (*Aguascalientes, México*), 32.
- Buzan, T. y Buzan, B. (1996). **El Libro de los Mapas Mentales**. España: Urano
- Buzan, T. Dottino, T. e Israel, R. (1994). **La Inteligencia Del Líder: Técnicas para Desarrollar la Capacidad Creativa e Innovadora en la Empresa**. España: Deusto
- Corrales, P. (1991). **La Gestión Creativa**. España: Editorial Paraninfo.
- Chiavenato, I. (2005). **Administración de Recursos Humanos**. Colombia: Mac Grawhill.
- Decelis, R. (1993). **Creatividad para el Desarrollo. México País Líder, 2010**. México: UNAM, FESC.
- Eroles, A. (1994). **Creatividad Efectiva**. México: Panorama: Editorial.
- Fernández, J. (2000). **Historias Personales. Entrevistas con publicistas, directores, creativos**. México: Fernández editores.
- Figueroa, C. (2000). **Creatividad, Diseño y Tecnología**. México: Plaza y Valdés.

Garaigordobil, M. (1995). **Psicología para el Desarrollo de la Cooperación y de la Creatividad**. España: Desclée de Brouwer

García, J. (1998). **Creatividad. La ingenia del Pensamiento**. México: Trillas.

Gardner, H. (1982). **Arte, mente y cerebro. Una Aproximación Cognitiva a la Creatividad**. Nueva York: Paidós.

Gardner, H. (1995). **Mentes Creativas. Una Anatomía de la Creatividad**. Barcelona: Paidós.

González, S. (2001, Mayo). Objetivo y veraz. **Cuadernos del Cambio, los Medios de Comunicación**. (*Aguascalientes, México*),17.

Grijelmo, A. (2001). **El Estilo del Periodista**. España: Taurus.

Gutierrez, R. y Sanchez, J. (2006). **Metodología del Trabajo Intelectual**. México: Esfinge.

Hall, K. y Merino, R. (1995). **Periodismo y Creatividad**. México: Trillas.

Hernández, R. (1999). **Sólo para Periodistas. Manual de Supervivencia en los Medios Mexicanos**. México: Grijalbo.

Matussek, P. (1984). **La Creatividad: Desde una Perspectiva Psicodinámica**. Barcelona: Herder.

Moccio, F. (1994). **Hacia la Creatividad**. Argentina: Lugar.

Muñoz, J. (1994). **El Pensamiento Creativo**. España: Octaedro.

Nuñez, L. (1977). **Lenguaje y Comunicación**. Madrid: Pirámide.

Nuñez, L. (1991). **Manual de Periodismo**. Barcelona: Ariel.

Ortega, F. (2004, Febrero).Periodismo gratuito. **Los Periodistas**. (México), 11.

Partida, E. (2000). **El Perfil del Periodismo para el Nuevo Milenio**. México: Grupo Renuevo.

Pérez de Cuellar, J. (1996). **Nuestra Diversidad Creativa. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo**. México: Ediciones UNESCO.

Ramírez, E. y Egremy, N. (2004, Febrero). El oficio de informar. **Los Periodistas**. (México), 18.

Rodríguez, M. (1989). **Manual de Creatividad: Los Procesos Psíquicos y el Desarrollo**. México: Trillas.

Rodríguez, M. (1994). **Creatividad en el Arte de Vivir**. México: Edamex.

Rodríguez, M. (1995). **Psicología de la Creatividad**. México: Pax.

Roma, P. (2000). **De Profesión Periodista**. Madrid: Grupo Anaya.

Romo, M. (1997). **Psicología de la Creatividad**. España: Paidós.

Sternberg, J. y Lubart I. (1995). **La Creatividad en una Cultura Conformista: Un Desafío a las Masas**. España: Paidós Transiciones.

Tortosa, F. (1998). **Una Historia de la Psicología Moderna**. España: Mac Grawhill.

Veraldi, G. y Veraldi, B. (1979) **Psicología de la Creación**. España: Mensajero.

Vivaldi, M. (1981). **Géneros Periodísticos: Reportaje, Crónica, Artículo (análisis diferencial)**. Madrid: Paraninfo.

Madrid. (2001). Diccionario de la Real Academia Española. (Vol. 3 p. 113). 22^a. Ed. España: Real Academia Española.

Referencias Electrónicas.

La web del vacío. (Diciembre, 1998.). Disponible 18 de Abril de 2007 de <http://inicia.es/de/aribas/creati.html>

Mindjet. (2007). Disponible 23 de Septiembre de 2007 de http://www.mindjet.com/us/solutions/education/administrative_computing/?s=1

A N E X O S

ANEXO 1

ENFOQUE	CARACTERÍSTICAS
PSICOANALISIS	La creatividad es una sublimación de los conflictos originada en un flujo de energía inconsciente. Propone que las tendencias de vida y muerte pueden dirigirse al mismo objeto, generando sentimiento de culpa que se elimina al construir, al crear con la ayuda de la energía libidinal. La cognición se encuentra ausente en este enfoque.
HUMANISMO	Se considera que la tendencia a la autorrealización es mayor fuente de creatividad, donde emerge un producto relacional nuevo con el crecimiento de la unidad del individuo. Las habilidades cognitivas son irrelevantes.
DIFERENCIALISMO	Inicialmente causó el mayor revuelo sobre en análisis de la creatividad, buscando contar con instrumentos de medición apropiados para conocer las claves y poder desarrollar dicha capacidad. La creatividad e inteligencia son diferentes capacidades.
GUESTALT	Percibe a la creatividad como una forma de completar aquella parte que la percepción distingue como un faltante, encontrando a esto la solución y completando.
EDWARD DE BONO	Crea el concepto del pensamiento lateral, que se caracteriza por el funcionamiento de las redes nerviosas del cerebro como un sistema autoorganizado activo. El pensamiento lateral controla la información, estableciendo analogías, siendo esto la lógica de la creatividad.
TRANSACCIONISMO	Esta corriente explica que el niño contenido en nuestra estructura psíquica, es el elemento que nos hace curiosos, imaginativos, espontáneos y que algunas personas mantienen vivo.
CONDUCTISMO	Mantiene la idea de que un ser creativo mantiene las conductas debido a las recompensas que recibe en ello. El aprendizaje es una de las bases donde se asiente la creatividad, agregándose la maduración del individuo confirmando que la producción divergente está presente a lo largo de toda la vida del individuo.

ANEXO 2
PROGRAMA PARA DESARROLLAR LA CREATIVIDAD
CUESTIONARIO

PUESTO: PERIODISTA

Nombre del participante: _____

Periodo de impartición: _____

A continuación aparecen algunas preguntas que servirán de guía al instructor para dirigir su talento, por favor comente con honestidad al respecto.

¿Qué piensa que es creatividad?

¿Conoce alguna técnica para hacer uso de su creatividad?

SI _____ NO _____

Si se le pidiera que propusiera algún tema novedoso, ¿Cuántos temas sugeriría?

1 ó 2 _____ 3 ó 4 _____ 5 o más _____

Haga un refrán con algún tema de su elección:

Si tuviera oportunidad bajo cuantas perspectivas abordaría el tema de la pobreza en México

Enumere todos los cambios que implicaría en una organización que se adoptara una semana laboral de 40 hrs. En 4 días consecutivos.

ANEXO 3
REGISTRO Y CONTROL DE LA CAPACITACION

NOMBRE DEL EVENTO: _____
FECHAS: _____
HORARIO: _____
DIRIGIDO A: _____
LUGAR: _____
NOMBRE DEL INSTRUCTOR: _____

LISTA DE PARTICIPANTES Y FIRMAS DE ASISTENCIA					
NOMBRE	SESION 1	SESION 2	SESION 3	SESION 4	SESION 5