

Creatividad en Trabajo Social: el estímulo que necesitamos

CONSUELO CEBRIÁN LOZANO

Trabajo Social de empresa. Colegiada V-1466

Recibido: 28 de enero de 2012 · Aceptado: 13 de marzo de 2012

RESUMEN

La creatividad se inserta en la vida diaria de los seres humanos, está presente en la toma de decisiones y en muchas de las cuestiones que plantea el día a día. Y el Trabajo Social no escapa a ello.

Todos, en mayor o menor medida, tenemos algo de creativos, porque la creatividad, como un hijo, se cría, se educa, se orienta y finalmente alcanza la madurez.

Mediante este artículo, es mi deseo poder transmitir a los trabajadores sociales la necesidad de introducir la creatividad en nuestra práctica diaria, como herramienta potente que dé un nuevo aire a nuestra profesión.

La creatividad nos permite poner en marcha nuevos métodos, combatir el síndrome de quemado. Nos ayuda a crear espacios abiertos de reflexión, de confianza y de crítica con el fin de afrontar los retos que nos exige la sociedad.

“Lo que conduce y arrastra el mundo no son las máquinas, son las ideas.”

Víctor Hugo

PALABRAS CLAVE: Creatividad, trabajo social, innovación.

CORRESPONDENCIA
chelocebrian@terra.es

ABSTRACT

Creativity is part of human beings' daily lives, involved in decision-making and in many of the issues coming up day by day. Social Work is not alien to this either.

There is something creative in all of us to a greater or lesser extent, because creativity, like a child, is nurtured, educated, guided and finally reaches maturity.

My intention through this article is to be able to put across to social workers the need to bring creativity into our daily praxis, as a powerful tool breathing new life into our profession.

Creativity enables us to get new methods under way and fight the exhausted, burned out syndrome. It helps us to create open space for reflection, trust and criticism in order to face up to the challenges required of us by society.

"What drives and carries the world forward are not machines, but ideas"

Victor Hugo

KEY WORDS: *Creativity, social work, innovation.*

COMIENZA LA SESIÓN DE CREATIVIDAD

Los alumnos van entrando al aula. Llama la atención un papel de periódico que está en el centro de la clase, en el suelo. Los más observadores se fijan, pero nadie hace ningún comentario.

La profesora nos pregunta cuál es la misión de ese papel, ahí tirado.

Tímidamente, comenzamos a opinar: uno dice que tapa algo, un agujero quizás; otra dice que hay una gotera, y por eso lo han puesto; el otro opina que lo dejó olvidado la señora de la limpieza... Bien, nada de esto es, aunque pudiera serlo.

CONCEPTO DE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

En el diccionario de la RAE (Real Academia Española), creatividad se define como la "facultad de crear". Y crear, dice ser "Producir

algo de la nada, introducir por vez primera una cosa". Si vamos a la palabra creativo, el mismo diccionario nos dice: "Que posee o estimula la capacidad de creación, invención, etc. Capaz de crear alguna cosa".

Según David Tanner en "Total creativity in business & Industry", creatividad e innovación son términos íntimamente unidos: Creatividad es la generación de ideas nuevas y útiles e Innovación es llevar las mejores ideas al mercado.

Para Carl Rogers (1902-1987), la creatividad es la capacidad de explorar el medio y manipular elementos y conceptos a través de la apertura hacia diversas experiencias. Es el primer autor que relaciona la capacidad creativa con el enriquecimiento personal.

Profesiones como la arquitectura o la gastronomía se caracterizan por combinar conocimientos científicos y artísticos para construir hábilmente un edificio o un exquisito plato.

Para poner a flote su negocio, para luchar contra la degradación del medio ambiente, para paliar la escasez, contra el desempleo en general... necesitamos ser innovadores.

Es una frase repetidamente oída en el mundo del marketing y publicidad.

¿Cómo puede prepararse el Trabajo Social para afrontar los constantes desafíos en un escenario de cambios permanentes? Sencillamente, volviéndose innovador y creativo. Atrás quedaron las doradas épocas de bonanza en servicios sociales. Hoy el panorama económico ha cambiado. Necesitamos incorporar nuevas funciones y nuevas herramientas que nos permitan estar en el primer plano de la sociedad, todos los días.

En la película "Ratatouille", el protagonista se refiere al ser humano en estos términos: *"Al combinar un sabor con otro se creaba algo nuevo, no solo sobreviven, los humanos también descubren, crean... solo miren lo que hacen con la comida"*. Cada sabor era único, y al combinar un sabor con otro se creaba algo nuevo. El terrible crítico de cocina al final no le pide un plato concreto, le dice al cocinero ¡sorpréndeme!

Es curioso comprobar lo útil de este concepto aplicado al Trabajo Social, profesión donde la escasez de recursos y la urgencia en la toma de decisiones, obliga necesariamente a generar ideas creativas e insólitas, resultados sociales que nos convierten en auténticas expertas y expertos de la filigrana y el bolillo.

NECESITAMOS UN NUEVO PARADIGMA

El empeño en buscar una solución desde el paradigma de siempre nos priva en ocasiones de una visión más amplia, y en consecuencia, de llegar al objetivo. A esto es lo que Stephen R. Covey llama "El poder de un cambio de paradigma"¹, y pone el ejemplo de Tolomeo, el astrónomo egipcio que pensaba que la Tierra era el centro del universo; llegó luego Copérnico y situó al Sol en el centro, proponiendo un cambio de paradigma que

¹ La expresión "cambio de paradigma" la introdujo Thomas Kuhn en su libro *La Estructura de las Revoluciones Científicas*.

suscitó numerosas resistencias y persecuciones, acabando por triunfar finalmente.

La impaciencia, querer ir a lo fácil y conocido conlleva recorrer caminos más cortos para resolver problemas o tomar decisiones, aunque éstas no sean las mejores.

Arriesgarse a fracasar y el miedo al castigo social o personal impiden que hagamos uso de nuestras ideas. Es lo que J.L. Adams enumera en su lista de bloqueos emocionales el miedo a cometer errores, a fracasar, a arriesgarse. Dificultad para tolerar la ambigüedad, deseo dominante de seguridad y de orden, rechazo al caos, preferencia para juzgar ideas, en lugar de concebirlas. Dificultad para relajarse, para incubar una idea, para "pensarla", falta de estímulo creativo; los problemas no le interesan o le asustan.

Son también barreras a la creatividad la dificultad en distinguir la fantasía de la realidad o el miedo a no controlar la realidad al no poder controlar la fantasía. Para esas personas, la fantasía es una pérdida de tiempo.

Estereotipos: ver lo que se espera ver. Lo que es lógico y estamos acostumbrados sin hacer ninguna otra lectura más detallada. Un ejemplo de ello son las imágenes simétricas en las que se pueden ver dos imágenes distintas en el mismo dibujo.

Rechazo al uso de ciertos sentidos, es decir, poner barreras a percibir situaciones con aromas, colores, texturas, etc. (con los sentidos inusuales) que no sea lo habitual y conocido.

Como conclusión se deduce que para desarrollar nuestra propia capacidad creadora, es necesario que nos demos cuenta de la importancia y el peso que tienen nuestras emociones y experiencias y que nos han ido modelando y, en parte, obstaculizando a la hora de resolver nuestros problemas cotidianos y las decisiones que vamos tomando en cualquier contexto en el que nos encontremos.

Lo mismo ocurre en el ejercicio conocido universalmente de unir los nueve puntos con

cuatro líneas rectas sin levantar el lápiz del papel; para lograrlo tenemos que trazar una línea que sale disparada del cuadrado que visualmente vemos. Acto seguido, nos apartamos y de nuevo regresamos para seguir trazando el resto de líneas. Nuestro cerebro, cabezota y rutinario, intenta por todos los medios hacernos ver el cuadrado, intenta engañarnos a través de nuestros sentidos y nos condiciona, al igual que nos condicionan nuestras emociones, nuestra experiencia y nuestra cultura.²

EL SABOR A VERDE MANZANA... A MENTA Y LIMÓN

El verde es un color fresco, que nos aporta sabores y olores llenos de naturaleza y salud.

El verde evoca el futuro, es el color de la creatividad y el color que predomina en el Trabajo Social en España.

Muchos productos utilizan como reclamo el color verde.

Hasta existe un Nobel Verde, que premia los resultados obtenidos por aquellos que defienden el medio ambiente con creatividad y casi sin recursos.

Edward de Bono eligió el verde para uno de sus sombreros, el que indica el pensamiento creativo. Según de Bono, el verde indica crecimiento, es símbolo de fertilidad, de fecundidad, es el valor de la semilla. El pensamiento con este sombrero indica ideas nuevas, creatividad.³

Una bonita gama de verdes da color a las páginas Web de nuestros colegios profesionales (Málaga, Jaén, Valencia son ejemplo de ello).

El color predominante en la portada y texto de la Revista de Trabajo Social es el verde, como verde es el Web site del Consejo Ge-

² Actividad mental por categorías. Ver autor Peter Drucker.

³ Edward de Bono. "Six hats of thinking".

neral, y verde es también el logotipo que lo representa. Por cierto, es ejercicio de creatividad intentar buscar asociaciones raras entre cosas que no tienen aparentemente nada en común.

Pensemos en un pájaro verde, podemos seguir con nuestros ejercicios de creatividad, y ahora haremos una analogía entre el pájaro y el trabajo social: nuestro pájaro es pequeño, necesita poco alimento para sobrevivir, lo encontramos en las ciudades y en el campo; siguiendo con la analogía, nuestra profesión es ligera, como el pajarillo, solemos funcionar con pocos recursos materiales y a veces, en precario.

Como los pájaros, hay trabajadores sociales en el campo y en la ciudad, los encontramos en todos los ámbitos donde existen colectivos necesitados, marginados, pero también en otros ámbitos normalizados a efectos sociales, como empresas, sindicatos, mutuas de accidentes... A senso contrario, no somos monocolor, no vivimos en un nido alejado del suelo, aunque algunos servicios puede dar la sensación de que están alejados del ciudadano.

DESPERTAR LA CREATIVIDAD EN LOS EQUIPOS DE TRABAJO

Buscamos un equipo con la misión de crear, impulsar, crear marca, posicionarnos en la sociedad de manera activa.

Para ello necesitamos trabajadores sociales que:

- No teman afrontar desafíos con los riesgos controlados que ello implique.
- Posean iniciativa y capacidad de innovar y generar ideas.
- Puedan trabajar en equipos interdisciplinares.
- Estén actualizados con las nuevas tendencias y se muestren partidarios de la formación continua.

Y sean muy adaptativos.⁴

El pensamiento lógico no es suficiente para resolver algunas situaciones.

Lo diferenciamos del pensamiento creativo porque éste trata de resolver los problemas saliendo de las reglas vigentes,

La gente que es demasiado racional, demasiado lógica, no se sale de las reglas y no puede salir de ellas.

En entrevista mantenida con Luis Mendes⁵, científico de la Agencia Espacial Europea, nos dice que hay que ser creativo en todo en la vida y no obedecer a reglas. Las reglas de la física son diferentes de las reglas políticas y sociales, que puede tuvieron razón de ser en tiempos pasados, pero quizá ahora están obsoletas. Hay que cuestionar siempre las cosas, sin miedo. De no haber sido así quizá seguiríamos pensando que el sol gira alrededor del mundo, como hacía el ilustre Tolomeo.

Y cuando se trabaja en equipo debemos saber qué es importante y qué no lo es tanto, aprender a ceder unas veces, ya que así otros aceptarán tu punto de vista en otra ocasión, y evitar discusiones inútiles que gasten la energía del equipo.

El espacio de las reuniones tiene que ser un espacio para crear procesos que estimulen nuestro cerebro, sin tener grandes expectativas.

Esto nos va a servir para posicionarnos en otros puntos de vista.

Variar rutinas cotidianas: itinerario, orden de las cosas que hacemos, fijarse en lo que nos rodea, iniciar historias, recoger objetos, un folio y hacerse un logotipo de sí mismo, con las cosas que nos definen, definir un concepto, como la amistad. Cada persona se pinta la cara con un color para mostrar su estado de ánimo ese día. Este tipo de ejercicios nos

ayuda a vencer las barreras para la creatividad grupal.

La cuestión es que todo el grupo se involucre en la idea de tener soluciones. Todo el mundo debe tener cauces para expresarse.

Se trata de disfrutar compartiendo, de estimular el cerebro para ir pensando de otra manera, que nos ayude a posicionarnos en otros puntos de vista.

Hay que partir de juegos básicos, de cosas sencillas, utilizando las diferentes técnicas de creatividad.

Y que el grupo se conozca. Partiendo de la mejora de las relaciones personales se obtienen mejores resultados de trabajo en equipo.⁶

Preguntarnos cosas respecto al servicio, ir más allá y pensar en hacer innovaciones; las preguntas promueven otra perspectiva: podemos hacerlo más grande, más pequeño, más accesible, cómo podemos hacerlo, lo hago más fuerte, lo hago más sencillo, descubrir nuevas mejoras y promover cambios. Buscar otras funciones.

LA OTRA MIRADA

Siempre hay otros puntos de vista. Muchas veces nos obcecamos con nuestro punto de vista y no aceptamos la posibilidad de conseguir que haya una opción distinta, diferente y creativa.

Los profesionales recurrimos en exceso a la experiencia: "este caso es como aquel y aquel otro y la solución es esta...". Se repiten los casos y, como todo en exceso, también la experiencia se vicia y se vuelve rutina.

El punto de vista del anciano que vive solo y el del profesional con respecto al ingreso en una residencia puede distar 180°.

Corremos el riesgo de convertirnos en expertos. Eso es lo que dice la investigadora

⁴ Coral Gómez y Charo de Miguel. "Manual de Creatividad para Empresas". Guía de formadores. 2003.

⁵ Luis E. Mendes, Doctor en Astrofísica. Científico del proyecto "PLANCK", European Spacial Agenci (ESA).

⁶ Ejercicios para trabajar en grupo, extraídos del libro de Rafael Lamata "La actitud creativa". Ed. Narcea. Colección Guías para la Formación.

Merete Saus⁷ siguiendo a su compatriota, el filósofo noruego Jakob Meloe con sus tres miradas: la mirada del que conoce y sabe lo que está conociendo; la mirada del que no sabe, pero es consciente de que no sabe y quiere aprender. Y la mirada del que cree saberlo todo y no sabe. Esa es la mirada muerta. Son ojos que no son capaces de ver más allá de su experiencia.

Nuestra mirada debe ser la del ojo que no conoce y es consciente de que no conoce. Sólo así seguirá aprendiendo y ampliando su marco de referencia.

Cuando salimos de la universidad todos tenemos el mismo título. En teoría somos iguales, nos han dado la misma formación y supuestamente tenemos las mismas oportunidades. Lo que nos diferencia unos de otros son las ideas.

La sociedad necesita ser sorprendida con nuevos productos y servicios desde el Trabajo Social, eso se traduce en nuevas maneras de actuar, en nuevos ámbitos de actuación por explorar, en ser proactivos y anticiparse en las soluciones a los problemas.

La creatividad no se puede medir, no es un fin, no es un oficio, no se estudia en las universidades. Tampoco es necesario nacer genio como Leonardo. La creatividad es una forma de pensar, es un medio para generar nuevos horizontes, nuevos recursos y servicios, crear diferenciación, crear nuevas conexiones y despertar hacia un crecimiento personal.

Se promueve en los individuos.

Debemos ser capaces de sorprender y de innovar. Como lo hacía el ratoncillo de *Ratatouille*.

A votrê santé!

BIBLIOGRAFÍA

ARMENTEROS, M.C. (1999): La innovación tecnológica.

AZNAR, G. (1974): La creatividad en la empresa. Editorial Oikos-Tau. Barcelona.

BUZAN, Tony (1996): El libro de los Mapas Mentales. Ediciones Urano. Barcelona.

CASTRO DIAZ-BALART, F. (2002): Ciencia, innovación y futuro.

COVEY, Stephen (2011): Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva". Empresa y talento, Editorial Paidós. Barcelona.

DE BONO, Edward (1998): El pensamiento lateral, manual de creatividad. Paidós Ibérica S.A.

GOLEMAN, Daniel (1999): La práctica de la inteligencia emocional. Editorial Kairos, S.A.

GOLEMAN, D. y CARY CHERNISS (2005): La Inteligencia emocional en el trabajo. Editorial Kairós, S.A.

ESTRADA, N. (2004): Innovación Tecnológica: variable determinante en la Competitividad. Monografía.

MAJARO, S.: Creatividad y marketing. Edic. Díez de Santos. Madrid.

MARÍN, R. y DE LA TORRE, S. (1991): Manual de la Creatividad. Editorial Vicens Vives. Barcelona.

LAMATA, R.: La Actitud Creativa. Guía para la Formación.

MACHADO, Fernández M. (1997): Gestión tecnológica para un salto en el desarrollo industrial.

ROBERTS, E. (1987): Gestión de la Innovación tecnológica.

⁷ Merete Saus, investigadora noruega de la Universidad de Tromsø, ponente en el I Congreso sobre Relatos para las destrezas Profesionales. Universidad de Alicante, octubre 2008.