

Eduardo Valdés Guardia



Poder mágico de la
Creatividad
Cómo podemos usarlo



TERCERA EDICIÓN

**PODER MÁGICO
DE LA CREATIVIDAD**

ISBN: 978-9962-8857-8-8

Derechos reservados de acuerdo con los convenios internacionales sobre derechos literarios.
Registrada e inscrita en el Ministerio de Educación de Panamá, de conformidad con la Ley.

Primera edición: marzo de 1973.
Estrella de Panamá.

Primera reimpresión: marzo de 2011.
Imprenta del Tribunal Electoral.

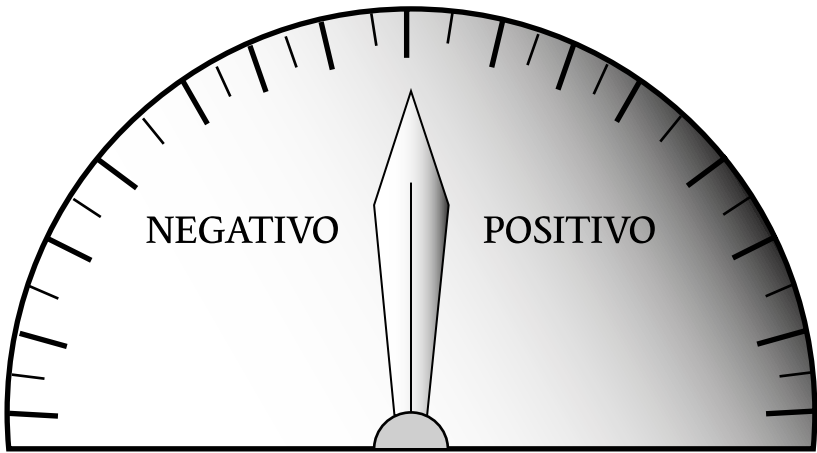
Segunda reimpresión: marzo 2021.
Imprenta del Tribunal Electoral.

Diseño y diagramación: Víctor M. Castillo G.
Revisión ortográfica: Cristóbal Navarro
Revisión de contenido: Guillermo Ledezma Bradley

Prohibida su reproducción total o parcial.

DEDICATORIA

*A la memoria de mi querida madre,
Emma G. de Valdés,
cuyo vigoroso espíritu de superación no ha
sido igualado en mi experiencia.*



**LA CREATIVIDAD ES EL PENSAMIENTO
POSITIVO EN ACCIÓN**

NEGATIVO

Indecisión
Crítica destructiva
Inercia
Estancamiento
Escepticismo
Egoísmo
Odio
Celos
Intolerancia
Enfermedad
Debilidad
Vejez
Fracaso

POSITIVO

Nuevas ideas críticas
Mejores soluciones
Nuevas estructuras
Nuevas instituciones
Progreso
Comprensión
Tolerancia
Fortaleza
Juventud
Salud
Generosidad
Respeto
Éxito

Tenga cuidado que la aguja no se incline hacia el lado negativo porque le ocasionará daños y pérdidas. Si la aguja se inclina hacia el lado positivo, podrá resolver creativamente sus problemas con éxito.

“La creatividad ya ha dejado de ser un asunto de interés solo para psicólogos y psiquiatras. Hoy interesa enormemente a todo el mundo, y hasta se ha convertido en instrumento de política nacional e internacional”.

Abraham H. Maslow



Imponente ceremonia realizada en la inmensa Base Aérea de Río Hato, el día 1 de agosto de 1944, con ocasión de la izada del pabellón nacional por gestiones del autor, en aquel entonces presidente de la Comisión de Reclamos y director del recién creado Departamento de Relaciones con la Zona del Canal, del Ministerio de Relaciones Exteriores de Panamá. Este Acto de reafirmación de soberanía y de jurisprudencia, fue prestigiado por altos funcionarios panameños, como el gobernador de la provincia de Coclé, Emiliano Arosemena y el juez de Circuito de Coclé, Raúl Jaén. Este acto simbólico llevado a efecto a un año de Hiroshima y Nagasaki, en el punto más álgido de la Segunda Guerra Mundial, demuestra elocuentemente que el pleno ejercicio de la jurisdicción panameña y la soberanía efectiva de Panamá, no son incompatibles con la defensa y seguridad del Canal. En esta fotografía también aparece el general Lundberg, comandante en jefe de la 6a. Fuerza Aérea en el Comando de Defensa del Caribe. Alumnos de la Escuela Normal de Santiago formaron calle de honor al lado del Pabellón nacional. Durante toda la Segunda Guerra Mundial, la cooperación de Panamá fue leal y total, sin que se suscitara un solo caso de sabotaje al Canal.



Conclusión del Seminario para Solución Creativa de Problemas, en el Instituto Panameño de Turismo, en abril de 1971. Aparecen en la foto el Dr. René Vasseur, técnico analista, la Sra. Manuelita Alemán de la Guardia, Cristóbal Sarmiento, jefe de Relaciones Públicas, y los directores del seminario, Dr. Eduardo Valdés y Lic. Eduardo Valdés Escoffery. El Seminario tuvo como lema: “Cómo desarrollar una conciencia turística en Panamá”, siendo el problema atacado creativamente desde más de cincuenta ángulos y enfoques diferentes.



Seminario realizado en 1971, en el cual participaron los jefes de Departamentos de la Caja de Seguro Social. En la foto, frente al diagrama básico del curso, aparece la Lcda. Virginia Escala, jefa de Planificación de la Caja, y el director del Seminario, Dr. Eduardo Valdés.

ÍNDICE

	Página
Dedicatoria.....	5
Prólogo de la primera edición.....	17
Prólogo de la segunda edición.....	25

PRIMERA PARTE

CAPÍTULO I

¿QUÉ ES Y QUÉ NO ES CREATIVIDAD?

Descorramos el velo al misterio. La técnica del Juicio Diferido. Descubrimiento más grande del siglo XX. Importancia enorme de la metáfora en el pensamiento creativo. Paradoja: todos somos paradojas ambulantes. Sinéctica creativa para definir problemas importantes. Algunos casos ilustrativos nuestros.

Cápsulas de creatividad28

CAPÍTULO II

LA LLAVE MAESTRA PARA LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS

La gran importancia del enfoque creativo. El pensamiento vertical y el pensamiento convergente. Panamá y los Estados Unidos de América: un problema-encrucijada que exige un cambio inmediato.

Definición del problema acordado por los presidentes Chiari y Johnson en 1964. Extinguir las causas de conflicto y los efectos negativos de los tratados actuales.

Cápsulas de creatividad..... 34

CAPÍTULO III

EL ARTE DE RESOLVER PROBLEMAS

Técnica para la solución de problemas es la educación misma. La educación tradicional reafirma rigidez e inflexibilidad mental. Los problemas se encuentran por todas partes. La creatividad convierte los problemas en verdaderas oportunidades.

Cápsulas de creatividad.....40

CAPÍTULO IV

CREATIVIDAD PARA EL USO DIARIO

Importancia vital de la actitud positiva y creativa. La creatividad no necesita receta médica. La creatividad es completamente gratis. La creatividad no es una carga. La creatividad no deja mal sabor. La creatividad no genera sino resuelve y liquida problemas. La creatividad ayuda a adaptarse al cambio estructural e institucional. El remedio más efectivo y eficaz contra la gran mayoría de los males que nos aquejan.

Cápsulas de creatividad.....46

CAPÍTULO V

LAS TRES DECISIONES BÁSICAS DEL PROCESO CREATIVO

El pensamiento creativo es el poder del alma y del espíritu. El juicio crítico es el poder del intelecto. El diálogo entre los dos poderes para superarnos. La decisión: punto de partida del proceso creativo. Sin decisión no hay despegue. La primera decisión impone el rumbo. La segunda decisión selecciona la idea, la solución más valiosa. La tercera decisión hace los reajustes necesarios en la implementación. Todo el mundo anhela desesperadamente poder funcionar al final de la solución.

Cápsulas de creatividad..... 50

CAPÍTULO VI

CREATIVIDAD ES MOTIVACIÓN Y PLENO FUNCIONAMIENTO

Todo el mundo anhela desesperadamente poder funcionar plenamente. Motivación es ser guiado por un poderoso impulso hacia nuestra meta. Pleno funcionamiento es poder satisfacer nuestras necesidades y realizar nuestras aspiraciones en todos los niveles. Creatividad es salud mental y física en una nueva dimensión. Cápsulas de creatividad.56

CAPÍTULO VII

ANATOMÍA DE LA FRASE CREATIVA

El valor incalculable de la metáfora en la frase creativa. Gran impacto de la paradoja. Todos somos paradojas ambulantes. Ilusión del contrasentido. El juicio diferido aplicado para liberar y extraer la metáfora y la paradoja. Importancia vital de la imaginación creativa.

Cápsulas de creatividad.....63

CAPÍTULO VIII

CREATIVIDAD PARA SUPERAR AL HOMBRE DE LEYES

Carácter crítico y negativo del criterio legal. Demasiado énfasis en el poder del intelecto que enerva el pensamiento creativo. El derecho agudiza la mente estrechándola. Urgente necesidad de reorientar creativamente al hombre de leyes. El abogado debe mirar con visión hacia el futuro en lugar de venerar el precedente anacrónico y obsoleto.

Necesidad impostergable de cursos de creatividad en las facultades de Derecho. El abogado creativo: en pos de la preeminencia perdida.

Cápsulas de creatividad.71

CAPÍTULO IX

INICIO DE LA NUEVA ERA DEL HOMBRE CREATIVO

Características del hombre creativo. Inteligencia sin negatividad. Receptividad a la nueva experiencia. Libertad de amarres inhibitorios. Sensibilidad a los problemas. Flexibilidad, independencia de pensamiento. Alto nivel de energía más creativa. Dedicación al esfuerzo creativo. Incansable búsqueda de soluciones a los más serios problemas.

Cápsulas de creatividad.....76

CAPÍTULO X

LA NUEVA ERA DEL HOMBRE CREATIVO

Naturaleza de los bloques mentales. Compasión por el desvalido no debe generar actitud negativa de odio hacia el hombre inteligente-negativo.

Cápsulas de creatividad.....82

CAPÍTULO XI

FIN DE LA ERA DEL HOMBRE INTELIGENTE NEGATIVO

Alto nivel de inteligencia utilizada con fines negativos y destructivos. El hombre inteligente-negativo está llegando a su fin. Creatividad a la inversa: ideas para destruir e impedir las aspiraciones de los demás.

El hombre inteligente-negativo es un hombre psicológicamente enfermo. Paso libre al hombre creativo y sano del futuro.

Cápsulas de creatividad.....87

CAPÍTULO XII

CREATIVIDAD VS. EL MITO DE LA EDAD CRONOLÓGICA

Ley moderna que prohíbe averiguar la edad de un aspirante a un empleo. Edad cronológica: barrera artificial de superación y desarrollo. La creatividad impide la vejez y mantiene en pleno vigor el potencial inmenso de la experiencia y la madurez. La creatividad es una actitud mental que mantiene al hombre joven, fuerte y vigoroso.

La creatividad, nueva llave del proceso regenerativo. El destino de la creatividad es enlazarse con la medicina alopática para buscar la fusión última de causa y efecto, en beneficio del hombre saludable en pleno funcionamiento.

Cápsulas de creatividad.91

SEGUNDA PARTE

CAPÍTULO XIII

LABORATORIOS CREATIVOS: LA NUEVA TÉCNICA EDUCATIVA

Resultados de las investigaciones del Dr. Albert R. Wight, director del Centro para la Investigación y Educación, Estes Park, Colorado, Estados Unidos de América. La educación tradicional es rígida, inflexible y negativa. Incapacidad total de los alumnos para resolver problemas reales de la vida. Hay que aprender a aprender. Características del sistema abierto. ¿Qué es educación mediante participación?

El papel y la función del maestro o profesor en la educación creativa del futuro. Puntos sobresalientes: Qué es lo que se hace bajo el nuevo sistema creativo. La educación tradicional prácticamente destruye y elimina el potencial creativo del niño cuando ingresa a la escuela.....95

CAPÍTULO XIV

LA NUEVA IMAGEN POSITIVA DE PANAMÁ

Metas positivas de la nueva imagen. Panamá busca su experiencia cumbre en sus reivindicaciones con la Zona del Canal. Panamá busca integrar un solo cuerpo político sano y vigoroso. Panamá busca el pleno funcionamiento como Nación libre e independiente, en lo político, en lo económico, en lo social, en lo cultural.

Cápsulas de creatividad.108

CAPÍTULO XV

LA IMAGEN CREATIVA DE PANAMÁ FRENTE A LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

Cada país, según Thomas Jefferson, tiene el derecho de elevar su potencial latente hasta el máximo de las posibilidades. Para Panamá, no existen reacciones negativas frente a actitudes negativas. Panamá solo reacciona positivamente frente a sus propias metas. El descontento de Panamá obedece a su imposibilidad para poder funcionar plenamente como Nación libre e independiente. Un planteamiento creativo a nuestro problema con los Estados Unidos de América. La nueva imagen creativa de Panamá, reclama igual enfoque de los Estados Unidos de América. Las seis grandes oportunidades del presidente Richard Nixon en Panamá. Negatividad del representante Murphy, rematará indefectiblemente con su inevitable fracaso.

Cápsulas de creatividad.113

CAPÍTULO XVI

CREATIVIDAD PARA RESOLVER EL PROBLEMA DEL CANAL

Únicamente la creatividad puede crear nuevas soluciones y descubrir nuevas alternativas. Panamá se abre paso con la creatividad. La sinéctica creativa crea una solución permanente al problema del Canal. La fórmula: Metáfora x Paradoja x Factor clave. Un simple contrato o concesión de explotación del Canal, sin afectar la soberanía total ni la plena jurisdicción de Panamá. Para el nuevo Canal un contrato o concesión inicial de exploración que podría convertirse en contrato o concesión de explotación, sin limitar en modo alguno los derechos soberanos y jurisdiccionales de Panamá. Medidas de seguridad adoptadas conjuntamente entre Panamá y el concesionario para la seguridad, defensa y protección del Canal, que no afecten en lo más mínimo la soberanía total y la plena jurisdicción de Panamá en el área ocupada por el Canal.

Cápsulas de creatividad.119

CAPÍTULO XVII

UN ALTO A LA NEGATIVIDAD

Rechazo de toda reacción negativa a la solución sugerida al problema del Canal. Alto a la negatividad. La solución sugerida significa una solución permanente, no temporal ni transitoria, del problema.

Cápsulas de creatividad.125

CAPÍTULO XVIII

CÓMO LAS PERSONAS NEGATIVAS MENOSPRECIAN SUS PROPIAS IDEAS

La persona que realmente desea tener éxito tiene que aprender a resolver problemas creativamente. La doble metáfora en el problema de Panamá con los Estados Unidos de América. Frases de apología y duda que empleamos y que restan valor a nuestras propias ideas. El hombre creativo se siente orgulloso de sus ideas.

Cápsulas de creatividad..... 130

CAPÍTULO XIX

DESARROLLO DE LA SOLUCIÓN AL PROBLEMA DE PANAMÁ CON LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

La verdadera solución a un problema es aquella que logra independizarse de su progenitor. El pensamiento constructivo constante es el poder más grande conocido y el más efectivo. Imposible para los Estados Unidos mantener en la Zona del Canal un “*statu quo*”, en donde el “*quo*” hace mucho tiempo que dejó de tener “*statu*”. La solución sugerida reemplaza la fe a la desconfianza. El resentimiento se convierte en reconocimiento. Quedan eliminadas las causas de conflictos entre los dos países.

Cápsulas de creatividad..... 136

CAPÍTULO XX

EL RETO DE LA CREATIVIDAD

Paradoja de nuestras relaciones con los Estados Unidos: Que en las negociaciones ambos países pueden salir ganando. Buena definición del problema: extinguir las causas de conflicto entre los dos países. Obstáculos al pleno funcionamiento de Panamá.

Cápsulas de creatividad..... 142

CAPÍTULO XXI

CREATIVIDAD EN LA UNIVERSIDAD DE PANAMÁ

Dr. Antonio F. Pirro, gran inspirador de las técnicas creativas en el Departamento de Anatomía de la Facultad de Medicina de la Universidad de Panamá. Un gran ejercicio de creatividad en el homenaje al Dr. José María Núñez, el día 4 de julio de 1972. El médico y la sociedad panameña

como tema central y quince subtemas. Grabaciones del doctor Pirro y el doctor Valdés en el circuito cerrado de TV de la Universidad de Panamá, sobre la sinéctica creativa.

Cápsulas de creatividad.....148

CAPÍTULO XXII

UN PLAN CREATIVO DE SUGERENCIAS PARA EL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO

La mejor manera de mejorar la imagen de una empresa, es mejorando la empresa. Objetivos del Plan Creativo de Sugerencias. Mayor grado de cooperación entre los empleados. Mejores relaciones entre los jefes y subalternos. Óptima eficiencia, mayor comunicación. mayor entendimiento. Reconocimiento a la iniciativa individual. Actitud más creativa.

Cápsulas de creatividad.....154

CAPÍTULO XXIII

ACTITUD NEGATIVA: CAUSA Y ORIGEN DEL FRACASO (I)

Incapacidad para fijar metas y objetivos claros. Indecisión y perplejidad. Rigidez e inflexibilidad. Pensamiento circular cerrado.

Cápsulas de creatividad. 160

CAPÍTULO XXIV

ACTITUD NEGATIVA: CAUSA Y ORIGEN DEL FRACASO (II)

Un caso patético de la negatividad. La gratitud ennoblece y enriquece el alma; la ingratitud la envilece.

Cápsulas de creatividad.167

EPÍLOGO 171

BIBLIOGRAFÍA176

CURRICULUM VITAE DE EDUARDO VALDÉS GUARDIA.....190

PRÓLOGO DE LA PRIMERA EDICIÓN

NUESTRA GRAN PROMESA

Nuestra gran promesa es que la creatividad puede convertirse en un poder verdaderamente mágico, para adoptar decisiones sabias que nos conducirán mediante la aplicación del pensamiento creativo al logro de metas y objetivos meritorios que cristalizan todas nuestras aspiraciones.

¿De dónde nace este poder mágico de la creatividad?

Si vamos a buscar la fuente de este poder, tenemos que la creatividad representa una doble póliza de seguro: contra los efectos nocivos y dañinos de las actitudes mentales negativas y destructivas, por una parte, y paralelamente significa un poderoso impulso y una fuerza enorme hacia las grandes realizaciones, porque la creatividad tiene como piedra angular la actitud mental positiva y creativa.

Como una bonificación adicional a la garantía de esta doble póliza, la creatividad se identifica con las soluciones creativas de todos nuestros problemas, empleando técnicas y métodos que permiten la máxima utilización de nuestro verdadero potencial creativo que aun cuando ya existía latente en nuestro ser, permanecía asociado e improductivo, como resultado de patrones rígidos firmemente inculcados por la educación tradicional, que en lugar de estimular nuestra creatividad, en efecto la penalizaba.

ACTITUDES NEGATIVAS QUE CONTRARRESTAN LA CREATIVIDAD

Podría afirmarse que la doble póliza tiene una cobertura integral contra los riesgos más graves que confronta el hombre en la

trayectoria de su vida; aquellos riesgos que nacen precisamente con la actitud negativa que prima en la gran mayoría de las personas por ignorar el inmenso tesoro que pone a nuestro inmediato alcance la creatividad.

LA AUSENCIA DE MOTIVACIÓN

El origen de la falta de motivación es simple y sencillamente que el hombre no se ha fijado meta meritoria alguna y que por lo tanto, se encuentra totalmente desorientado y sin rumbo.

La creatividad nos enseña a fijar metas elevadas que permitan nuestra libre acción y pleno desenvolvimiento. Una vez fijadas estas metas a corto, mediano y largo plazo, se produce automáticamente el proceso de las decisiones acertadas que han de encaminarnos hacia ellas.

INDECISIÓN

La creatividad es la cura específica más efectiva contra la indecisión, que en el fondo no es otra cosa que la decisión de fracasar rotundamente.

La decisión, que implica por necesidad un juicio valorativo, ocupa un lugar importantísimo en el proceso creativo, porque para emplear la metáfora aerodinámica de la economía, si no media una decisión, no hay despegue posible.

El principio fundamental aquí es que mientras no adoptamos una decisión, no puede iniciarse el proceso creativo. La vinculación entre la meta y la decisión es absoluta e indestructible.

Hay que recordar esto, y recordarlo muy bien, que la indecisión es siempre el camino más corto y seguro hacia el fracaso. Sobre esto

no puede hacerse demasiado énfasis, si es que vamos a servirnos del poder mágico de la creatividad.

La actitud negativa y la creatividad son posiciones antagónicas que no pueden mezclarse, como el agua y el aceite, que se oponen de manera directa y abierta.

La mejor definición de creatividad que se ha dado es la ACTITUD POSITIVA EN ACCIÓN. Aun cuando la creatividad es también una aptitud porque involucra el aprendizaje de técnicas, es, antes que nada, una actitud, la actitud positiva en acción.

FALTA DE ESTÍMULO

La creatividad, como un proceso regenerador que jamás termina, crea ella misma los estímulos necesarios mediante el uso de la imaginación creativa. Cuando hablamos de imaginación creativa nos estamos refiriendo a esa facultad del hombre que es capaz de proyectar una imagen substancial y plausible, que puede ser fijada como meta susceptible de actualización.

El poder imaginativo es el poder de creación, ya que sin imaginación no surgen alternativas ni motivación.

La imaginación creativa es aquella que responde a la innovación, que hoy ha venido a reemplazar a lo que antiguamente llamábamos “invención”. Ahora, “innovación” es la palabra clave en las técnicas creativas.

El concepto imaginativo es llave maestra para todos los actos creativos.

Un ejemplo vívido de la imaginación creativa lo tenemos en el caso del presidente Franklin D. Roosevelt, quien en el año 1940 deseaba desesperadamente prestar ayuda a Inglaterra asediada por los nazis.

Sin embargo, el problema era que los Estados Unidos de América no se encontraba en estado de guerra con Alemania, y que el Congreso no estaba anuente a facilitar la extraordinaria ayuda que se requería en material bélico. El corazón del problema era: ¿cómo, en qué forma, se podía ayudar a Inglaterra sin recurrir al empréstito?

El día 2 de diciembre de 1940, Roosevelt salió en una gira de pesca durante dos semanas por aguas del Golfo de Panamá. Durante ese periodo se concentró en el problema, en busca del factor clave del problema, de la chispa creativa. Al finalizar sus vacaciones ya había encontrado la solución. Había recurrido a la solución “imposible”. Citó a una conferencia de prensa en la Casa Blanca y explicó el sencillo plan que había incubado en Panamá, con estas palabras. “Lo que estoy tratando de eliminar -manifestó a los periodistas –es un símbolo, el signo del dólar. Esto significa un nuevo patrón de ideas, un nuevo pensamiento, que nunca ha entrado en la mente de los aquí presentes. Vamos a eliminar este ridículo signo del dólar. Voy a darles un ejemplo: supongamos que la casa de mi vecino se incendia, y yo tengo en mi jardín una manguera...”

Franklin D. Roosevelt había encontrado la fórmula creativa mágica para ayudar a Inglaterra, el concepto de ***“préstamo y arriendo”*** que eliminaba el signo del dólar de la operación y recurría a la metáfora del incendio en la casa del vecino y la manguera que tenía en su jardín para ayudarlo a apagar el fuego. Esta idea simple, sencilla y brillante, incubada en el Golfo de Panamá en un viaje de pesca, cambió el curso de la historia.

INCAPACIDAD PARA RESOLVER PROBLEMAS

La ausencia del pensamiento creativo trae como secuela inevitable la incapacidad para resolver problemas.

La creatividad nos enseña que las ideas son más fascinantes que las cosas, porque las ideas son las que producen las cosas. Lo intangible genera lo tangible.

La neurosis no es otra cosa que el amontonamiento de problemas que reclaman solución.

Con la creatividad, los problemas se convierten en oportunidades. oportunidades para aplicar nuestro pensamiento creativo. Los problemas son entonces retos que debemos encarar y a los cuales tenemos que responder positiva y creativamente.

FRUSTRACIÓN

La frustración es el callejón sin salida, el *cul-de-sac*, del hombre de mentalidad rígida, inflexible, carente de nuevas ideas, e incapaz de adaptarse a las cambiantes condiciones y circunstancias del mundo moderno.

El hombre frustrado repite torpemente las mismas soluciones erradas a los problemas. No ha descubierto el nuevo mundo maravilloso de las ideas, de la creatividad.

El hombre creativo sabe que las ideas viejas y antiguas caben solo en el museo y no en nuestra mente; que existe la necesidad imperiosa de reconsiderar constantemente nuestro enfoque, nuestro punto de vista, para ajustarnos a las exigencias de cada problema.

La creatividad nos mantiene en todo instante alertas y receptivos a las nuevas ideas, porque está plenamente consciente que la nueva idea es la parte VITAL del proceso creativo.

Sin embargo, la mortalidad infantil de las ideas recién nacidas es enorme. Esto es algo doloroso.

LA MEJOR INVERSIÓN POSIBLE

La creatividad no solamente contrarresta las actitudes negativas, la ausencia de motivación, la indecisión, la falta de estímulo, la incapacidad para resolver problemas y la frustración, sino que las reemplaza, transmuta y substituye por motivación, por decisión acertada, por vigoroso estímulo, por alta capacidad para encontrar soluciones creativas a nuestros problemas, y por un enorme sentido de realización, de pleno funcionamiento y máxima utilización de nuestro real y verdadero potencial creativo. En síntesis, por el hombre en función total.

A través de nuestro pensamiento positivo y creativo podemos hacernos prácticamente inmunes a las enfermedades físicas y mentales y a sus resultados. Esto se ha convertido ya en axioma de la medicina psicosomática.

CREATIVIDAD = ÉXITO

Además del bienestar físico, la creatividad nos señala el camino hacia la mejor solución de todos nuestros problemas en lo económico, en lo social, en lo intelectual, en lo emocional; desarrolla confianza en nosotros mismos; una enorme capacidad para resolver en forma realmente creativa todos los problemas, con un gran sentido de efectiva y noble realización, rematando todo esto con la serenidad y paz mental que se experimenta cuando el hombre se percata que ha logrado la meta óptima de actualizar plenamente su potencial creativo en su propio beneficio y de todos los que lo rodean.

Finalmente, las técnicas creativas pueden también crear los patrones mentales necesarios para la eliminación de la energía hostil y negativa que todos llevamos dentro de nuestro ser, y que tanto daño ocasiona en todos los niveles y en todas las actividades.

Todo esto constituye nuestra gran promesa, que confiamos poder cumplir en toda su extensión si el lector se libera de los bloques, barreras, obstáculos mentales, y se compenetra que el camino más directo hacia todo el éxito que anhela, radica en el pensamiento creativo ejercido dentro las técnicas de la creatividad, con plena confianza y conciencia de su poder mágico. Hemos mencionado las actitudes negativas que contrarresta la creatividad porque debemos conocer la adversidad manifiesta de lo negativo antes que nos sea dable cosechar los frutos de la actitud positiva en acción.

LAS CÁPSULAS MÁGICAS DE CREATIVIDAD

Estas píldoras maravillosas de creatividad que despiertan, estimulan, reaniman nuestro pensamiento creativo, han sido inspiradas por el pensamiento creativo profundo de Ralph Waldo Emerson, quien a su vez inspiró a hombres como Ernest Holmes, Raymond Charles Barker, Emmet Fox, Joel S. Goldsmith, Bradford Smith; Vannevar Bush, James B. Conant, Alexis Carrel, David E. Lilienthal, R. M. Maclver, David Sea bury; de los máximos exponentes de la creatividad como J.P. Guildord, Sidney J. Parnes, Abraham H. Maslow, Donald W. McKinnon, William J. J. Gordon, Harold H. Anderson, Ernest Hilgard, Rollo May, Carl Rogers, George D. Stoddard, Henry Eyring, Alex F. Osborn, Calvin W. Taylor, Frank E. Williams, E. Paul Torrance, Albert R. Wight John D. Yeck, Jack W. Taylor y de una infinidad de autoridades que sería interminable enumerar.

Como bien dice Willis Kinnear, de una sola frase, de un solo párrafo, muchas veces podemos captar un mayor significado, una mayor experiencia de la vida. A ello, decimos nosotros, se puede también agregar una transformación radical del pensamiento negativo y destructivo, al pensamiento creativo, positivo, que puede lograr una completa, armoniosa y feliz coordinación entre el cuerpo, la mente y el espíritu.

Esto es así porque la creatividad nos lleva al corazón mismo de nuestro pensamiento. Cada pensamiento creativo es como una plegaria impregnada de fe que siempre es escuchada y atendida.

El proceso creativo tiene el poder mágico de rematar con un final de íntima y profunda satisfacción.

Eduardo Valdés Guardia

PRÓLOGO DE LA SEGUNDA EDICIÓN

No sé con qué precisión fue que mi padre descubrió un tema que llegaría a apasionarlo tanto, la Creatividad, no ya como la manifestación natural de iniciativas novedosas en las personas, sino como una técnica que se podía enseñar y que se podía aprender, y cuyo propósito era el de utilizar más plenamente, y más deliberadamente, el potencial de nuestro cerebro.

Como era un lector incansable que encargaba, aun antes de que vieran la luz, las primeras ediciones de libros, no únicamente sobre Derecho, su profesión, sino sobre Economía y Política, ciencias a las que asignaba una gran importancia en el devenir de las sociedades humanas, pudo ser alguna referencia bibliográfica la que lo encaminó hacia lo que habría de ser, hasta el final de su vida, una causa en la que creía ardientemente: la de que existían métodos para estimular el pensamiento creativo, y que una persona que aprendía dichas técnicas, aprendía asimismo a pensar fuera de la casilla de los viejos cánones, haciéndose capaz de descubrir nuevas y mejores formas de hacer las cosas y de solucionar los problemas, no solo personales sino hasta nacionales. (En aquel tiempo el nudo gordiano panameño era la situación de la Zona Canalera, y mi padre, Eduardo Valdés Guardia, dedicó un libro escrito en inglés titulado *The Roots of the Problem*, donde aplicaba las técnicas de creatividad para resolver el conflicto con los norteamericanos).

Nunca dejó de leer y de ponerse al día, aunque ya -habiendo sido entrenado en la Universidad de Nueva York, sede en Buffalo, por una eminencia en el tema de la talla del Dr. Sidney Parnes- se había convertido en un maravilloso y estimulante profesor que dictaba seminarios de creatividad a grupos del sector público y privado. Y puedo dar fe del entusiasmo y del renovado vigor que despertaba en los participantes, pues lo asistí en varias de estas sesiones, y pude leer

las evaluaciones donde los asistentes no escatimaban admiración y aplausos.

Las páginas de “El Poder Mágico de la Creatividad” destilan el convencimiento de mi padre, de que si el lector aprende y aplica las técnicas que aquí enseña, su vida se transformará; nunca más quedará estancado en situaciones insatisfactorias, porque sabrá encontrar un nuevo camino hacia el crecimiento personal y el progreso material.

Esta segunda edición de “El Poder Mágico de la Creatividad” llegará a las manos de una nueva generación, hecho que propicia de mi parte unas palabras de aliento para las mujeres que lo lean.

Mi padre también estuvo adelantado en considerar intelectualmente iguales a los hombres y a las mujeres. Nunca pensó que mi condición femenina dificultaría comprender y aprovechar todos los temas sobre los que conversaba, por profundos y abarcadores que fueran. Y también, como a mi hermano, Eduardo Valdés Escoffery, me llevó a la Universidad de Nueva York en Buffalo para participar en los famosos seminarios de creatividad que allí se dictaban, regresando, en efecto, transformada. El giro ascendente que a partir de entonces tomó mi vida profesional, es prueba de ello.

La actitud de respeto, admiración y reconocimiento hacia la mujer la debió mi padre a una persona a la que nunca conocí: su madre, Emma Guardia de Valdés, un hecho que intuía por las referencias que hacía de su progenitora, siempre con veneración, pero que comprendí cabalmente cuando leí en este libro, la dedicatoria que le hizo y que quiero reproducir:

“A la memoria de mi querida madre, Emma G. de Valdés, cuyo vigoroso espíritu de superación no ha sido superado en mi experiencia”.

Por último, quisiera ser la voz de mi padre al desear, para todo lector y lectora de estas páginas donde él plasmó lo mejor de su humanidad, que la semilla germine, que crezca y que rinda para cada uno los maravillosos, mágicos frutos de que es capaz la creatividad del ser humano.

Beatriz Cecilia Valdés Escoffery

CAPÍTULO I

¿QUÉ ES Y QUÉ NO ES CREATIVIDAD?

La Técnica del Juicio Diferido
“El descubrimiento más grande del siglo XX
es la técnica del juicio diferido”.

Bertrand Russell

Si hemos de iniciar esta breve exposición sobre lo que es la creatividad con una definición práctica, citaremos aquella de que la creatividad es el pensamiento positivo en acción(1).

En cuanto a la fórmula de creatividad desarrollada hace corto tiempo en el Centro de Estudios de Creatividad de Panamá, aplicable a la modernísima sinéctica creativa, se sintetiza así: PARADOJA x METÁFORA x JUICIO DIFERIDO.

Por paradoja se entiende, como es natural, la incongruencia apoyada en la realidad de la vida; por analogía metafórica entendemos aquella metáfora que se encuentra petrificada y que extraemos mediante la aplicación de nuestra imaginación creativa; y finalmente, por juicio diferido, se entiende la técnica que aísla y separa la etapa de la producción deliberada de ideas (*brainstorming*) del juicio crítico o valorativo. Por este motivo, en las sesiones típicamente creativas se prohíbe totalmente la crítica. Se posterga el juicio crítico hasta la siguiente etapa del proceso creativo.

(1) *Valdés Guardia, Eduardo. Manual Práctico de Creatividad, pág. 149, 1969.*

Esta fórmula de creatividad, que nada tiene de misteriosa ni de abstracta, es en realidad sumamente sencilla y de fácil aplicación en la solución de toda clase de problemas. Por ello, la creatividad también se define como una técnica eficiente para la solución creativa de problemas. Aplicando el método inductivo, hagamos de un conocido e interesante caso un paralelo imaginario de la excursión de sinéctica creativa realizada por el destacado periodista y escritor Don Nacho Valdés, hace muchos años, cuando él mismo se presentó el problema de alcanzar “Un simbolismo para Panamá y su Canal”.

Valdés presuntamente inició su excursión con la primera parte de la fórmula, o sea la paradoja de Panamá y su Canal: “Dividir para Unir”. Luego, desarrollando el concepto básico recurrió a los campos de la ciencia y del arte en busca de una analogía metafórica, logrando alcanzarla en la especialización de la ingeniería: Puente. De allí, posiblemente se trasladó a un campo muy distante del primero, a la ciencia médica, extrayendo de la anatomía la metáfora: Corazón humano. Con los elementos esenciales de la fórmula, es decir, con la paradoja, con las metáforas, y manteniendo diferido el juicio crítico, Don Nacho en su excursión creativa armó la solución a su problema, quizás luego de algún pulimiento indispensable. Así, hoy honramos y agradecemos el simbolismo para Panamá y su Canal: Panamá: Puente del Mundo, Corazón del Universo.

Si para dar otro interesante ejemplo queremos citar nuevamente un caso real y verdadero, lo encontramos en el discurso del Dr. Belisario Porras el día 19 de septiembre de 1924, con ocasión de la inauguración del entonces nuevo Hospital Santo Tomás. El problema fue generado por un pariente campesino del doctor Porras, del caserío Las Cocobolas, en Las Tablas, llamado Tato, quien había rechazado el ofrecimiento que le hiciera el presidente Belisario Porras de traerlo a la ciudad capital al Hospital Santo Tomás, para una curación de importancia. Tato le envió un telegrama al Dr. Porras (citado en el discurso inaugural, del doctor Porras) en

el sentido siguiente: “Imposible, mi dotol, yo no iré a su Hospital, que es a mi modo de vel la puerta de entrada al cementerio de la ciudad. Déjeme moril aquí ...” (El antiguo Hospital quedaba en las inmediaciones del Cementerio Amador). La excursión creativa del doctor Porras, como en el caso de don Nacho Valdés, se inició con la primera parte de la fórmula de la sinéctica creativa, con la paradoja: “Dar Vida a los Muertos”; o “Virtud del Vicio”. Luego, aplicando sin saberlo la técnica de “lista de verificación” (*check-list*), unos cincuenta años antes de su elaboración, buscó entonces “combinar” la idea de un nuevo hospital con el hábito nacional de la Lotería de Panamá (Véase la paradoja arriba) “Virtud del Vicio”. Quedó así la Lotería entonces en manos privadas, en poder del Estado con el nuevo nombre que daba la tónica de sus objetivos: Lotería Nacional de Beneficencia.

Quedó en esta forma resuelto el problema planteado por Tato, de Las Cocobolas. El epílogo irónico a este gran proyecto del doctor Porras fue el de que la analogía metafórica no provino del propio doctor Porras, sino de sus enemigos creativos que recurrieron al reino animal en busca de dicha metáfora: Elefante blanco.

Finalmente, hay que mantener siempre presente uno de los axiomas básicos de la creatividad, cual es el de que “a la creatividad solo se le puede oponer la creatividad”. Si imaginamos, figurativamente hablando, dos equipos de igual nivel intelectual, que atacan un mismo y complejo problema, la balanza tiende a inclinarse hacia el equipo que emplea en sus enfoques las modernas técnicas de la sinéctica creativa y los principios generales de la creatividad, tales como el “*brainstorming*”, el enfoque múltiple-creativo, el juicio diferido, etc. Esto coloca por implicación en una posición desfavorable al otro equipo que se limita a emplear en su ataque al problema, el enfoque rígido tradicional, o sea el simple juicio crítico valorativo. Podría

afirmarse que las probabilidades de lograr las soluciones deseadas se inclinan en un 75% en favor del primer equipo, reduciéndose a un 25% de probabilidades de soluciones deseadas por lo que respecta al segundo equipo. Esto puede tener una repercusión última tremenda.

Veamos nuevamente un ejemplo:

Iniciemos una excursión sinéctica creativa presuntivamente celebrada por los negociadores norteamericanos en el año de 1968. Se emplean estas modernísimas técnicas, que corren paralelas al desarrollo tecnológico de los computadores. Se ataca el problema de las negociaciones para un nuevo Tratado con Panamá. Utilizando nuestra imaginación creativa podemos ver en el tablero del cuarto de reuniones, la primera parte de nuestra fórmula sinéctica, la paradoja: “Dar sin Dar”. Inician de inmediato la búsqueda de analogías metafóricas por el mundo de la ciencia, del arte y de los negocios, particularmente de los negocios, porque los norteamericanos son ante todo “*businessmen*”, hombres de negocios. Entre la multitud de ideas generadas mediante la aplicación del juicio diferido, surge posiblemente de algún graduado de HBS⁽²⁾ una analogía metafórica extraída del mundo de los conglomerados, y nace en bruto la idea del “consorcio moderno”. Esta idea, que evidentemente tiene grandes posibilidades hay que pulirla, amoldarla y adaptarla a la paradoja escrita en el tablero del cuarto de sesiones: “Dar sin Dar”. Queda así transformada la idea original del consorcio moderno en la del “consorcio⁽²⁾ Harvard Business School mayoritario” en donde una compañía mediante el pago o entrega de una cantidad minoritaria de acciones, reteniendo la compañía principal, el control y el dominio de la política de las empresas combinadas. Culmina así la reunión con la aprobación de la idea del “consorcio mayoritario”, que luego para los efectos de consumo y aceptación por parte de Panamá, queda convertida en una proposición formal de “Administración

⁽²⁾ Harvard Business School

Conjunta”, con mayoría de los Estados Unidos de América, en la Junta Directiva. Cabe aquí reconocer en todo su mérito que el concepto de la Administración Conjunta constituye un concepto excepcionalmente creativo para la posición de los Estados Unidos de América. No podemos, pues, evitar ni evadir la operación del axioma de creatividad de que “a la creatividad solo se le puede oponer la creatividad”. Recordemos siempre esto. Para concluir, resumiendo lo que es la creatividad conforme a Prince, 1970, la Práctica de la Creatividad, esta es una constante revelación, una gran expectativa, un punto de partida que tiene el don de repetirse, un reto contra nuestro potencial creativo que nos brinda un asombroso sentido de realización, un egoísmo desprendido y generoso, una sorpresa anticipada y esperada. Véase cómo abundan las paradojas. Pero la creatividad también es flexibilidad en el pensamiento, fluidez en las ideas, imaginación creativa, sensibilidad a los problemas que nos rodean, originalidad, máxima utilización de nuestro potencial creativo. Por implicación y por definición todo lo que es negativo, todo lo que carece de fe en el inconmensurable potencial creativo y espiritual del hombre, no es creatividad.

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

Debemos aumentar nuestro conocimiento, nuestra educación y buscar consejo adecuado con respecto a determinado asunto, pero siempre reservarnos exclusivamente la facultad de decidir.

- La creatividad le permite actualizar sus aspiraciones en el momento presente.
- Cuando el hombre escoge y selecciona, en cierto modo está creando su propia identidad.
- La creatividad considera que el dogmatismo contribuye a la rigidez mental, a la inflexibilidad.
- El potencial creativo que no utiliza el hombre negativo no solamente está ocioso, sino que se le convierte en una insoportable carga que lo lleva a la frustración.
- Es necesario pensar lo que se quiere, y querer lo que se piensa.
- Mantenga siempre presente que usted vino a esta vida con un propósito meritorio.
- El día de mañana es el día de hoy ampliado. Si no existe temor hoy, tampoco existirá temor mañana.
- Existe un poder creativo dentro de usted que actúa a través de usted y que es la causa de que logre realizar sus aspiraciones.
- Los hombres son fuertes siempre que representen ideas de gran poder.
- Es muy probable que sus mejores éxitos lo estén aguardando.
- El hombre miserable es aquel en quien lo único habitual es la indecisión.
- Un hombre no hace gran cosa hasta tanto la causa por la cual lucha, domina toda su energía y capacidad.
- Recuerde que la creatividad “crea” la buena suerte, descubriendo y aprovechando oportunidades.

CAPÍTULO II

LA LLAVE MAESTRA PARA LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS

No existen situaciones desesperadas, solo existen personas desesperadas frente a situaciones.

Kathryn Kuhlman

Las ideas viejas, anacrónicas, jamás han servido para resolver problemas del presente y del futuro. Solo las ideas nuevas, las ideas creativas, son las que se acomodan como molde para descubrir nuevas y mejores soluciones a todos nuestros problemas.

Lo que realmente singulariza y da vida a la idea nueva es que ella entraña en el fondo un nuevo punto de vista, un punto de vista distinto, un enfoque diferente de una situación que como por arte de magia se transforma en una nueva y brillante promesa que puede servirnos de vehículo para conducirnos a mejores e insospechados destinos.

Es allí, en la fusión y unión de las nuevas ideas, donde nace el concepto del enfoque creativo con su don y virtud de abrir de par en par las puertas y dar acceso libre a las soluciones más prometedoras de un problema. Trataremos enseguida, mediante dos ejemplos ilustrativos, de revelar nítida y claramente los contornos de la imagen que irradia la naturaleza del enfoque creativo, imagen que deseamos hacer reaparecer intacta en la mente de nuestros lectores.

Una joven bella logra salvar su honor y la libertad de sus padres

Este caso ocurrió hace muchos años en Inglaterra, cuando la mora en el pago de una deuda civil podía convertirse en prisión. Un

comerciante se encontraba en la difícil situación de deberle una fuerte suma a un prestamista.

El prestamista, viejo y repugnante, apetecía la bella y joven hija del comerciante. Al prestamista se le ocurrió entonces una idea: le cancelaría la deuda al comerciante si éste le entregaba a su hija.

Tanto el comerciante como su hija quedaron horrorizados ante semejante propuesta. Ante esa reacción, el habilidoso prestamista les propuso que dejaran que la Providencia resolviera la cuestión. Buscarían una pequeña bolsa y dentro de ella colocarían dos piedras, una blanca y una negra; luego dejarían que la joven y bella pretendida escogiera una de las piedras. Si escogía la piedra negra, se convertiría en esposa del prestamista y la deuda quedaría cancelada; si escogía la piedra blanca, se quedaría con su padre, quedando la deuda cancelada al mismo tiempo.

Ahora, si la pretendida joven rehusaba escoger una de las dos piedras, su padre iría a la cárcel y la hija quedaría expuesta a los rigores de una virtual orfandad. Bajo protesta y de muy mala gana, el comerciante se vio forzado a aceptar. Mientras hablaban parados en un camino de piedras frente a la casa del prestamista, éste se agachó y seleccionó dos piedras. Cuando las cogía, la hija del comerciante, con vista de águila observó con terror que el prestamista había tomado dos piedras negras poniéndolas en la pequeña bolsa.

El prestamista le solicitó entonces a la joven que pusiera su mano dentro de la bolsa y escogiera la piedra que habría de decidir su suerte y la de su padre.

Aquí nos detenemos brevemente para preguntarle: ¿Cómo resolvería usted este caso? ¿Qué clase de enfoque daría usted al problema? ¿Utilizaría usted el enfoque rígido tradicional, es decir, el pensamiento vertical que usualmente empleamos para resolver problemas de este tipo? Este enfoque rígido no hubiera ofrecido una solución adecuada a la situación.

¿La joven bella hubiera rehusado escoger una de las piedras; o hubiera denunciado al prestamista como un embaucador; o hubiera escogido una de las dos piedras negras sacrificándose así para evitar que su padre fuera a la cárcel?

La razón de ser de esto es simple y sencillamente que el enfoque rígido vertical se concentra solo en el hecho de que la joven tiene que escoger una de las dos piedras en la bolsa.

Si por otra parte, empleamos el enfoque creativo para resolver este problema, es decir, el pensamiento lateral en vez del vertical, entonces el nuevo punto de vista nos lleva a concentrarnos en la piedra que queda en la bolsa. El enfoque creativo tiene una perspectiva múltiple que permite observar el problema desde una infinidad de ángulos distintos y diferentes.

Regresando a nuestra historia, la joven bella introdujo su delicada mano en la pequeña bolsa y extrajo una de las dos piedras. Sin siquiera mirarla dejó que se le escurriera de la mano cayendo así la piedra en el camino empedrado en donde naturalmente se perdió entre la multitud de piedras. ¡Oh! exclamó inocentemente la joven, perdónenme mi descuido -pero no importa en realidad, porque si usted señor prestamista, mira la piedra que quedó en la bolsa, puede sin lugar a dudas, decir el color de la piedra que yo saqué de la bolsa. Y como la piedra que había quedado en la bolsa era negra, la joven había así escogido la piedra blanca. El enfoque creativo permitió a la joven salvar su honor y la libertad de su padre.

Panamá para los Estados Unidos de América representa más que un problema, una encrucijada

Lo importante, lo esencial en este nuevo enfoque, es que los problemas de encrucijada exigen y demandan un cambio inmediato,

a diferencia de los problemas de simple oportunidad que permiten un cambio. La diferencia no es sutil, sino sustancial y real. A los problemas de encrucijada no se les puede abandonar sin solución, porque entonces se reproducen como la maleza, se reproducen y se profundizan cada vez más y más, provocando eventualmente un desborde incontrolable de pasiones.

El problema encrucijada no es susceptible de espejismo ni distorsión porque de inmediato nos percatamos que hay solución de continuidad y que el camino seguido hasta ese instante ya dejó de existir, y que se hace imperativo descubrir el nuevo camino a seguir cuando hayamos alcanzado la encrucijada que se aproxima inexorablemente.

Es realmente asombroso cómo, en el caso de Panamá, el Departamento de Estado no haya logrado captar aun esta real y sustancial diferencia entre el problema encrucijada y el problema ordinario de simple ocasión u oportunidad.

Bien lo dice el agudo y brillante economista John Kenneth Galbraith, exembajador de los Estados Unidos en la India, cuando afirma sin rodeos, que el Departamento de Estado se aferra a la convicción profunda de que la política establecida en años anteriores, siempre es preferible a una nueva política que a la larga beneficie más a los Estados Unidos de América⁽³⁾. Esto sí es el colmo de la rigidez política.

La continuación de la política establecida en años anteriores con Panamá constituiría el error más grave que los Estados Unidos de América podría cometer, porque se encuentra incuestionablemente frente a un problema encrucijada.

(3) *Galbraith, John Kenneth. exembajador de los Estados Unidos.*

Utilizando el enfoque creativo, podemos crear un nuevo marco de referencia del problema, desarrollar nuevos objetivos que tiendan a la satisfacción y realización plena de nuestras justas aspiraciones. Este nuevo marco de referencia se logra mediante una nueva perforación, una nueva “brecha” al problema.

Esta “brecha” se produce cuando efectuamos la confrontación de un punto de vista, con otro punto de vista distinto desde un ángulo diferente. Esta “brecha”, una vez abierta, tiene la virtud de descubrir un campo virgen y fértil en soluciones posibles.

Por ejemplo, los presidentes Johnson y Chiari en el año 1964, hablaron de “eliminar las causas de conflicto entre los dos países”. Esta fue la primera vez en la historia de nuestras relaciones con los Estados Unidos, que se definía bien el problema.

Otro nuevo enfoque al problema sería el de que el nuevo Tratado debe “eliminar los efectos negativos, nocivos, dañinos, perniciosos y perjudiciales de la política colonialista de los Estados Unidos de América en la Zona del Canal”. Esto no es cuestión de semántica. Una cadena de eventos, de sucesos, de acontecimientos es, en último análisis, una cadena de efectos, no una cadena de causas.

Para concluir, no es redundancia sino realidad, afirmar que, si es que nos vamos a entender con los Estados Unidos de América, la única manera de hacerlo es entendiéndonos. Mejor dicho, que nos entiendan.^{(4) (5)}

(4) De Bono, Edward. *New Think (Nuevo Pensamiento)*, 1968.

(5) *Ambassadors Journal*, pág. 382, Panamá, abril de 1972.

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

- La creatividad lo ayuda a desarrollar una motivación poderosa, a descubrir nuevos horizontes y a juzgar sabiamente.
- El poder creativo trasciende las circunstancias existentes y puede cambiar cualquiera situación en su propio beneficio.
- Creatividad significa regeneración, y regeneración significa nueva vida.
- La creatividad no ignora los problemas, pero tampoco sucumbe a ellos.
- Los hechos que lo rodean en este momento son solo “puntos de transición”, en donde el pasado -cualquiera que hubiese sido- se transforma en el futuro- cualquiera deseado.
- Existe una mente creativa continua y usted reside en ella.
- Lo creó a usted con el objeto de actuar a través suyo.
- Lo que consideramos normal para nosotros tiende a convertirse normal para nosotros.
- El pensamiento negativo es una ilusión muy costosa; el pensamiento creativo una realidad muy beneficiosa.
- Cualquier cosa en la que la mente piensa, también puede dejar de pensar.
- El uso de la palabra “éxito” no puede producir éxito a menos que tras la palabra se encuentre la realización del significado del éxito.
- La vida creativa es el significado de la verdadera vida.
- Las cosas son ideas que ya han adquirido forma. No existe absolutamente nada de donde podamos sacar las cosas, excepto las ideas.

CAPÍTULO III

EL ARTE DE RESOLVER PROBLEMAS, INICIO DE LA ERA DEL HOMBRE CREATIVO

El computador libera la mente humana de todos sus elementos mecánicos y deja libre al hombre para meditar, para crear nuevas ideas.

Estamos entrando en la nueva era, la era del hombre creativo.

La solución de problemas es la educación misma

En los últimos diez años hemos presenciado un enorme interés en la creatividad en todas las disciplinas académicas. No existe ningún departamento importante de Psicología o de Sociología en el Hemisferio Occidental, que actualmente no trabaje en todas sus facetas, manifestaciones, para ampliar y para utilizar la actitud creativa.

Si logramos profundizar un tanto en la materia de la creatividad, encontramos que el pensamiento creador y la solución de problemas constituyen básicamente el mismo fenómeno. De allí que el concepto moderno del hombre creativo se identifique completamente con el hombre con capacidad para atacar y resolver problemas de manera eficiente y efectiva.

De lo anterior se desprende claramente que, si estamos hoy entrando en la era del hombre creativo, que si la máxima prioridad del mundo moderno es para el hombre con capacidad para resolver problemas de toda índole, la precondition de toda reforma educativa es su orientación hacia las técnicas de creatividad y solución creativa de problemas. La capacidad para resolver problemas viene a ser la educación misma. Este tiene que ser el forzosamente del nuevo rumbo de la educación.

Siete puntos de referencia en la solución de problemas:

Las técnicas de creatividad consideran que las preguntas son los actos creativos de la inteligencia.

En realidad no existe ningún sistema fácil para formular preguntas. Las preguntas siguen el patrón de nuestro pensamiento. Es, no obstante, conveniente mantener presente que los siete pronombres interrogativos: ¿Quién?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿cuál?, ¿qué?, ¿cómo?, ¿por qué? no cubren todas las posibles preguntas que podemos formular, pero nos ofrecen un punto de amarre a muchos problemas.

¿Cuáles son los atributos del hombre creativo?

El hombre creativo de la nueva era debe tener una percepción más clara, más eficiente de la realidad. Debe estar más abierto, más receptivo a la experiencia. Debe haber logrado una mayor integración, unidad y bondad en su persona. Mayor espontaneidad, capacidad de expresión. Debe ser un hombre en función completa, capaz de mayor vivacidad. Debe ser su propia persona, con una firme identificación, autonomía y originalidad. Mayor objetividad, independencia, trascendencia del ser, con mayor rescate de su creatividad. Debe tener habilidad para fusionar lo concreto con lo abstracto, con capacidad para comprometerse, para querer(6).

Si usted es producto de la educación tradicional, que es solo informativa pero no creativa, es muy posible que jamás haya recibido ninguna clase de instrucción en lo que respecta al ataque, definición y solución creativa de problemas. Si ello es así, tiene entonces la necesidad de llenar este vacío mediante la reorientación drástica de los patrones usuales del pensamiento para encauzarlos hacia las técnicas de creatividad, hacia la solución sistemática de problemas.

(6) *Weisskoff, Walter A. "Nuevo Concepto de Valores Humanos".*

La literatura en la materia aumenta hoy día de manera vertiginosa, particularmente en el idioma inglés. Sin embargo, ya en nuestro idioma español surgen esporádicamente algunos artículos y tratados en la materia.

¿Posee usted algún procedimiento sistemático para la Solución de Problemas?

Se da por sentado que todos tenemos y confrontamos diariamente problemas. Afirmaba el eminente jurisconsulto y pensador Oliver Wendell Holmes, que quien espera vivir sin problemas, tiene que hacerse el ánimo para morir muy joven.

Lo esencial aquí es desarrollar un procedimiento sistemático, una forma eficiente, para la definición, redefinición, ataque y solución de problemas. En esto consisten las técnicas de creatividad.

Todo problema tiene solución. Esto es axiomático en las técnicas creativas. Se dice que cuando hayamos agotado todas las soluciones posibles, tendremos que recurrir a la solución “imposible”. Esta solución “imposible” nace del progreso repetitivo de la redefinición del problema hasta alcanzar un enfoque totalmente distinto, original, completamente divorciado del planteamiento inicial del problema. Se utiliza con frecuencia el ejemplo ilustrativo de quien come una manzana mordiéndola primero de un lado, luego por el otro, hasta llegar al corazón mismo de la manzana. La metáfora es válida.

¿Ha aprendido usted a utilizar preguntas creativas para redefinir un problema?

La pregunta creativa es aquella que va encaminada a la implementación de un juicio valorativo. Esto no es tan difícil como parece. Si un empresario ha adoptado la decisión de abrir un nuevo almacén, o una nueva sucursal de su negocio, esta decisión implica un juicio valorativo. De allí, de la decisión arranca el proceso

creativo propiamente dicho, que tiene como la meta la adopción o implementación de la decisión. Surge entonces la pregunta creativa:

¿Cómo, en qué forma, de qué manera puede llevarse a efecto la decisión previamente adoptada? La pregunta creativa es el punto de unión entre la decisión y la meta que necesariamente involucra la decisión.

Por esta razón, en las sesiones típicamente creativas solo se trabaja con preguntas redactadas en forma creativa. Tratar de introducir juicios valorativos en una sesión creativa conduce a la confusión y al desastre. Hay que mantener esto presente.

La sesión se reduce entonces a un intercambio de ideas que no conduce a ninguna parte. Esto es de vital importancia.

¿Cuál es su definición de lo que es un problema?

¿Se ha detenido usted en algún instante a escribir su propia definición de lo que constituye un problema? Lo más probable es que no. Es muy posible que usted, como muchas personas, personaliza los problemas y los identifica con la persona interesada en el problema. A diario escuchamos sobre el problema de la suegra de Pedro, Juan o Mateo; o el problema del patrón o del empleado. Esto es natural porque dicha persona se encuentra emocionalmente incorporada al problema. Sin embargo, cuando nosotros hablamos de solución de problemas, nos referimos a la solución intelectual de problemas, o sea, mediante la aplicación de una técnica específica que facilita una mejor solución y eleva apreciablemente la categoría y la calidad de la solución misma.

La mejor definición de lo que constituye un problema que se ha concebido hasta el momento es la siguiente: Un problema surge cuando confrontamos una disparidad, una falta de armonía entre

dos situaciones: la que tenemos por delante, y la situación a la cual aspiramos.

En esta definición la palabra clave es conformidad. Si existe allanamiento o conformidad con lo que se tiene, es obvio que no existe problema alguno. Si por otra parte, sí existe inconformidad con lo que actualmente tenemos, ya sea en lo económico, en lo social, en lo educacional o en lo familiar, entonces surge el problema de salirse de la situación presente para lograr la situación deseada.

Se hace, pues, imperativo iniciarnos en la solución creativa de problemas, en la nueva era, la era del hombre creativo, para la conquista de nuestra propia superación, de nuestro éxito y por último, de nuestra felicidad.

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

- Amor es una actitud positiva, una orientación en cuanto al carácter de la persona que determina ‘su relación con el mundo a su alrededor, no simplemente con respecto al “objeto” de su amor’.
- El poder creativo, una vez que nos hayamos sensibilizado a él, resulta un poder extraordinario, fuera de lo corriente y natural.
- Las leyes de la vida tienen su origen más allá de sus manifestaciones físicas y es por ello que nos obligan a buscar, descubrir y a utilizar su fuente creativa.
- El poder creativo opera a través de la Ley que ordena su manifestación y desenvolvimiento.
- Es potestativo de la voluntad determinar aquello a lo que la imaginación debe responder.
- La imaginación crea; la voluntad, dirige.
- El hombre no debe ser medio-feliz, medio-creativo, sino funcionar plenamente. Para ello necesita desarrollar su potencial creativo.
- Cada problema trae su solución, solo necesitamos sensibilizarnos a ella. Esto es creatividad.
- El hombre no puede separarse y aislarse de su poder creativo sin sentirse perdido.
- Solo sensibilizándonos al poder creativo podemos usarlo.
- La creatividad solo conoce el camino de la superación, y es por esto que constantemente pasamos de un éxito a otro más grande y meritorio.
- A medida que nos vamos sensibilizando a la creatividad, nuestro sentido de realización se hace cada vez más patente y las experiencias satisfactorias más frecuentes.
- El hombre creativo es el hombre en pleno funcionamiento que se renueva constantemente.
- El pensamiento creativo tiene por fuerza que generar éxito, porque es incompatible con el pensamiento negativo y el fracaso.

CAPÍTULO IV

CREATIVIDAD PARA EL USO DIARIO

“El pensamiento creativo es hoy el bien máspreciado, más útil y más productivo que cualquiera persona pueda adquirir”.
Manual Práctico de Creatividad E. Valdés, Principio No. 108, pág. 157.

Importancia de la actitud creativa

Si dentro de las características de la creatividad comprendemos una serie de condiciones y actitudes mentales, tales como flexibilidad, sensibilidad a los problemas, fluidez en las ideas, adaptabilidad a los cambios estructurales e institucionales, imaginación creativa, y un sentido de liberación del pasado y de libertad frente a las contingencias del futuro, también debemos comprender una orientación simple, clara y sencilla que bien puede convertirse en nuestra asidua compañera en el diario esfuerzo cooperativo, no conflictivo que entraña la vida.

Creatividad para el uso diario

A continuación damos la lista de lo que significa la creatividad en términos de nuestra vida diaria.

- La creatividad no requiere ni necesita ninguna receta médica, solamente el conocimiento de sus reglas para la solución de todos los problemas que se nos pueden presentar diariamente.
- La creatividad es absolutamente gratis, en el sentido literal de la palabra, sin trucos ni subterfugios de ninguna clase. La creatividad no implica nada engorroso, que estorbe, ni que se tenga que imponer ni cargar -.

- Cuando se viaja al exterior, la creatividad no creará problema alguno en la aduana, ni pago de impuestos.
- La creatividad no puede dejarse, ni abandonarse en ningún alojamiento, hotel, ni pensión.
- La creatividad jamás deja ningún mal sabor, sino un buen paladar, una experiencia creativa agradable.
- La creatividad no causa efectos nocivos ni adversos.
- La creatividad no significa sufrimiento físico alguno, por razón de aguja ni de bisturí. Cuando usted anda acompañado de su creatividad, nada tiene que esconder a su familia ni a las autoridades.

La creatividad condiciona para el cambio

La característica más importante del mundo moderno es el cambio estructural acelerado. La creatividad, dada la capacidad de adaptabilidad que involucra, prepara a la persona para enfrentarse al reto del cambio, en todas sus múltiples y diversas modalidades.

- *Cambio de metas:* Para el cambio de metas, de objetivos, para alcanzar el cambio de uno mismo.
- *Cambio en los medios:* Para la implementación del cambio, logrando así la fácil incorporación al cambio.
- *Aporte de terceros para lograr el cambio:* Para la utilización de los esfuerzos de otras personas para lograr el cambio.
- *Reorientación hacia el cambio:* En lograr nuestra propia orientación hacia el cambio.

- *Empuje e impulso hacia el cambio*: En nuestros propios impulsos hacia el cambio, así como deseo de experimentar el cambio.

- *Sustancia del cambio*: En la sustancia misma de los cambios y en el cambio mismo.

Objetivos últimos de la creatividad

Los objetivos últimos que persiguen las técnicas de creatividad y que transforman a la persona ordinaria y corriente en una persona cuya vida funciona plenamente, con seguridad en sí mismo, en su propia capacidad para resolver problemas y para controlar su propia persona, se pueden resumir así:

- El desarrollo de una actitud positiva de confianza en sí mismo y en la habilidad para ser deliberadamente creativo.

- En la generación de un fuerte impulso y motivación para utilizar a plenitud nuestro verdadero potencial creativo. Las investigaciones científicas realizadas demuestran que en cuanto a utilización de su propio potencial creativo, el hombre de hoy se encuentra medio muerto.

- En el desarrollo de una mente abierta -realmente abierta y receptiva, con respecto a las ideas de los demás. La educación tradicional crea patrones rígidos que inhiben nuestra creatividad por el resto de nuestros días. Esto es trágico.

- En el desarrollo de mayor curiosidad intelectual, y de una conciencia de reto y de desafío a los problemas que se nos presentan diariamente. Los problemas, para el hombre creativo, se convierten en oportunidades para aplicar su capacidad que permita resolver problemas creativamente.

- Se desarrolla una nueva conciencia de la importancia realmente vital del esfuerzo creativo.
- Se desarrolla e incrementa la habilidad para producir ideas útiles y originales que rematan en la mejor solución posible de nuestros problemas.

La creatividad es el remedio más efectivo y eficaz contra la gran mayoría de los males que hoy nos aquejan, los cuales son: la frustración, la apatía, la pobreza, el estancamiento, la ignorancia, el fracaso, la desorientación, la depresión, el escepticismo, la desesperación, etc.

El pensamiento creativo es, según Abraham H. Maslow, el más eminente psicólogo creativo de nuestros tiempos, el verdadero secreto para lograr una vida feliz y con éxito.

-
- La creatividad se convierte en el mejor piloto de nuestra vida.
 - La creatividad nos libera de la opresión de la civilización mecánica, para internarnos en los verdaderos valores humanos.
 - Mediante la creatividad usted se rebela contra su peor enemigo: la indecisión.

CAPÍTULO V

LAS TRES DECISIONES BÁSICAS DEL PROGRESO CREATIVO

El pensamiento creativo es un poder del alma.

El juicio crítico es un poder del intelecto.

*El hombre se supera mediante el diálogo entre los
dos poderes.*

Bradford Smith

No puede operarse el despegue, sino media una decisión

Esta es la cuestión más fundamental de la creatividad. Mientras no se haya tomado una decisión, la decisión de alcanzar determinada meta no puede iniciarse en el proceso creativo. Esto es así porque la decisión produce acción; la indecisión solo produce letargo.

La primera decisión impone el rumbo

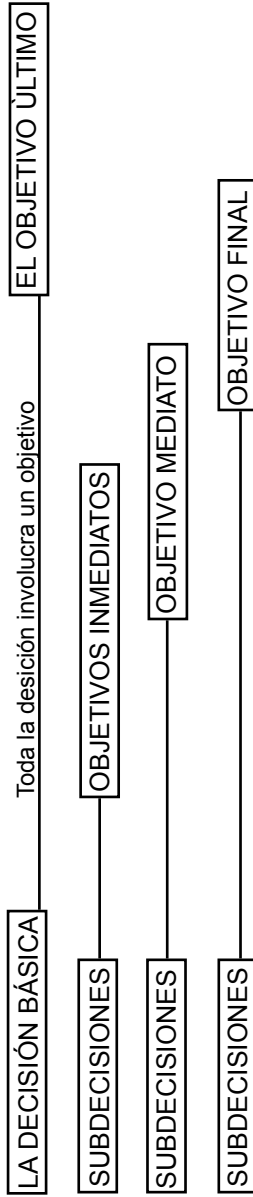
La primera decisión es la que impone el rumbo, la que orienta al pensamiento creativo. No debe confundirse con un simple deseo, una esperanza, un anhelo, que son solo paliativos y engaños.

Ejemplo: Si el gerente de un banco busca incrementar y ampliar las operaciones de su institución, tiene forzosamente que adoptar la primera decisión sobre si se debe o no abrir una nueva sucursal. Una vez resuelto el punto en forma afirmativa, puede entonces comenzar el proceso creativo para cristalizar los objetivos que persigue esta decisión primaria.

CENTRO DE ESTUDIO DE CREATIVIDAD

DIRECTORES: EDUARDO VALDÉS GUARDIA
JORGE A. LORE
EDUARDO VALDÉS ESCOFFERY

LAS DECISIONES O JUICIOS VALORATIVOS PRECEDEN SIEMPRE AL PROCESO CREATIVO



PRINCIPIO:

LA IMPLEMENTACIÓN BÁSICA Y LAS SUBDECISIONES CONSTITUYEN EL PUNTO DE PARTIDA INDISPENSABLE DEL PROCESO CREATIVO.
LA INDECISIÓN EN EL FONDO NO ES OTRA COSA QUE UNA DECISIÓN DE FRACASAR.

IMPLEMENTACIÓN DE LA DECISIÓN:

SE ALCANZA MEDIANTE LA PREGUNTA CREATIVA: **¿COMO, EN QUÉ FORMA, DE QUÉ MODO PUEDO LOGRAR EL OBJETIVO FIJADO?**

Una vez superada la etapa discrecional de la decisión, que viene a ser cuestión de arbitrio, de voluntad, se entra propiamente en la etapa de la implementación, que es el campo de acción de la imaginación creativa.

Es conveniente aclarar aquí que esta primera fase en la solución de problemas puede prestarse a confusiones que desvían el curso de la solución, si mezclamos el juicio crítico o valorativo con la imaginación creativa. El obstáculo surge cuando se ataca creativamente un problema que reclama previamente una decisión, como en el caso supuesto del gerente del banco. Si, por ejemplo, se le delega a un grupo creativo la decisión de si debe o no abrirse una nueva sucursal, el fracaso siempre es rotundo e inevitable, porque la generación múltiple de ideas o sea el “*brainstorming*” no es instrumento viable para emitir juicios valorativos. La experiencia ha enseñado que ello no es posible y solo revelaría irresponsabilidad de parte del gerente del banco, una delegación imposible de decisiones que son de su exclusiva incumbencia.

La segunda decisión es posterior al “*brainstorming*”

La necesidad de adoptar una segunda decisión dentro del proceso creativo se presenta cuando se han celebrado las sesiones típicamente creativas para generar ideas múltiples, tendientes a la adopción o implementación de la decisión primaria. Estas sesiones de “*brainstorming*” giran alrededor del problema planteado por la decisión primaria de abrir una nueva sucursal del banco, que se redacta en el tablero del salón de sesiones en forma creativa o sea: ¿cómo, en qué forma, de qué modo podríamos abrir una nueva sucursal en la ciudad de Panamá?

En dos o tres sesiones de quince minutos cada una, un grupo de personas verdaderamente adiestradas en las técnicas creativas pueden sugerir no menos de doscientas ideas meritorias. Esto no es exageración.

Viene ahora la segunda decisión del proceso creativo. Tiene que decidirse cuál de las doscientas ideas sugeridas es la de mayor mérito para adoptar o implementar la decisión primaria. Esta segunda decisión es tan vital como la primera, y su omisión trastoca irremisiblemente el desarrollo del proceso creativo. Hay que aplicar el juicio crítico.

Muchas veces, la mejor idea generada en estas sesiones creativas se encuentra en bruto, sin contornos bien definidos. La mejor idea puede ser la de abrir la nueva sucursal dentro de los Almacenes Sears, o dentro de supermercados, o en El Cangrejo, etc. Entonces, la gerencia del banco tiene que remitir nuevamente la idea o las ideas seleccionadas al mismo grupo creativo para un mayor desarrollo. Se tendría un subproblema derivado del problema original, y podría escribirse en el salón de sesiones así: ¿Cómo, en qué forma, de qué manera, podría abrirse una nueva sucursal dentro del Almacén Sears de la Ave. Central o en cualquier otro sitio?

Esto no vendría a demandar una tercera decisión básica de la gerencia porque simplemente se estaría estructurando la segunda decisión que escogió la mejor idea, aun cuando esta no había sido debidamente elaborada en todos sus detalles. Se trata sencillamente de pulir la idea escogida.

La tercera decisión determina cuándo debe detenerse o reorientarse la implementación

Como experiencia general se tiene que solo en muy raras ocasiones se alcanzan plenamente las metas fijadas originalmente; que solo en casos muy contados la decisión primaria se cumple en un 100%, tal como fue concebida a nivel gerencial. Es aquí donde entra la tercera decisión del proceso creativo, donde entra el juicio valorativo para decidir si las metas propuestas en la etapa del planeamiento han sido alcanzadas sustancial o satisfactoriamente. Esto es muy importante.

Esta tercera decisión demanda de la gerencia los atributos de una función ejecutiva creativa, porque debe estar dotada de flexibilidad para ajustar y reajustar las decisiones primarias; de adaptabilidad para justipreciar y evaluar las cambiantes circunstancias; de fluidez mental y de originalidad para que esta tercera decisión consulte realmente los mejores intereses de la empresa que se representa.

Palabras finales

Para aquellos funcionarios ejecutivos que desean elevar su capacidad intelectual para atacar y resolver problemas creativamente, este artículo que expone, de la manera más clara posible, las tres decisiones básicas del proceso creativo, puede tener un valor incalculable.

Como se ha dicho en ocasiones anteriores, la creatividad no es solo cuestión de aptitud, sino también de actitud, y cuando se tiene la actitud mental correcta nuestras habilidades llegan a un máximo de efectividad y los buenos resultados no se hacen esperar.

Finalmente, la creatividad puede multiplicar fantásticamente el rendimiento de su tiempo. De allí arranca también el valor inestimable de las técnicas de creatividad

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

- La decisión produce acción. La indecisión solo produce letargo.
- Siempre el momento presente es el mejor momento para tomar decisiones.
- Muchas veces no decidimos lo que debemos hacer tanto como descubrimos lo que ya hemos decidido.
- El hombre creativo busca lo mejor de cada persona, de cada situación y de cada cosa.
- El hombre creativo vive solamente en el presente y en el futuro, dándole la espalda al pasado, ya sea bueno o malo.
- La verdad es positiva, pero no es combativa. Está segura de sí, pero nunca es argumentativa.
- Mientras más poder le demos a nuestro pensamiento creativo, tanto más poder tendrá.
- La meditación pasiva jamás podrá producir una experiencia activa. Hay que reflexionar creativamente.
- La mente debe concebir antes que la energía creativa pueda producir.
- La fe en nuestro pensamiento creativo tiene el efecto de neutralizar la actitud negativa.
- El mejor uso de los ratos de ocio es el de usarlos creativamente.
- La mejor forma de elevar el nivel de su vida es elevando el nivel de su pensamiento creativo.
- Patrones negativos obstruyen el proceso creativo.
- Canalizando su poder creativo, usted puede producir experiencias agradables.

CAPÍTULO VI

CREATIVIDAD ES MOTIVACIÓN PARA EL ÉXITO Y EL PLENO FUNCIONAMIENTO

Motivación

Es tener un poderoso impulso hacia una meta meritoria.

E. Valdés Guardia.

*Pleno Funcionamiento: La Gran Meta Común. En el futuro,
lo que todo el mundo anhelará, sobre todas las cosas,
es poder funcionar plenamente.*

Richard E. Farson.

La creatividad tiene la virtualidad de tener un significado muy particular, distinto, para cada persona.

A cada cual, de acuerdo con su profesión, con su ocupación, con su oficio, el concepto de creatividad adquiere proporciones y características muy diferentes.

No obstante, existen ciertos factores comunes en todo esfuerzo creativo que permiten reducir y sintetizar el concepto de la creatividad hasta el punto de lograr un enfoque central, básico y comprensivo.

¿Qué significa creatividad para el educador y para el estudiante?

La creatividad para el educador y para el estudiante significa la aplicación sistemática de técnicas modernas educativas, que le permiten al estudiante absorber el conocimiento en forma creativa,

sin las rigideces ni inflexibilidades que hoy prevalecen en la educación tradicional.

Significa darle un nuevo enfoque a la educación. Darle al estudiante una verdadera oportunidad para aprender, realmente aprender, a su propio ritmo y de acuerdo con su propio potencial intelectual, para establecer sus propias metas y objetivos, para atacar y resolver los problemas tanto durante el proceso educativo como en la vida diaria, una vez culminados sus estudios, y para poder funcionar plenamente.

La meta última del educador creativo es conseguir que el traslado del estudiante a la vida real diaria se haga de manera imperceptible. Que el estudiante adquiera la plena convicción de que la educación no se limita única y exclusivamente a un número de horas de clase, sino que es constante, continua hasta el último día de su vida.

¿Qué significa creatividad para el empresario?

Significa la solución rápida y efectiva de todos los problemas empresariales.

Para expresarlo en forma negativa, se podría decir que no es creatividad cualquier actividad dentro de la empresa que tienda a la desintegración, a la falta de armonía y buenas relaciones humanas, que tienda a crear conflictos y rigidez burocrática, inflexibilidad, coacción, y en general todos los bloques y obstáculos que impiden el progreso y el desarrollo de la empresa.

Cabe recalcar que muchas veces el talento y la inteligencia de algunos ejecutivos y empleados se convierten en barreras negativas dentro de una empresa, porque van desgraciadamente acompañadas de esterilidad creativa. Hoy nos iniciamos en la nueva era del hombre creativo.

Si no es dable la metáfora, lo que el empresario realmente quiere es que todos los empleados dentro de la organización se sientan en un mismo bote, remando unidos hacia idénticas metas de éxito.

¿Qué significa creatividad para el escritor, para el artista?

Gran parte del misterio que ha rodeado a la creatividad obedece a la forma y la manera como se han venido refiriendo a ella los escritores y los artistas.

Ya para el año de 1926, Graham Wallas había concretado las etapas del proceso creativo y descornado así el velo del misterio.

El proceso creativo se inicia con la preparación, etapa preliminar de información, de estructuración; entra luego en la etapa de la incubación, que es la labor y el esfuerzo mental que el inconsciente y el preconscious van realizando; sigue entonces la etapa esencial de la iluminación, que es cuando realmente emerge la imagen o la solución al problema planteado; finalmente, se llega a la verificación, que es cuando el producto final es sometido a las pruebas de su implementación.

¿Qué significa creatividad para la persona mayor?

Es un enfoque optimista, positivo de la vida.

Reconocer plenamente que la esencia del vivir siempre es la acción, la actividad, porque la actividad contrarresta la ansiedad y reduce la fatiga mental.

Mantener paz mental ausente de tensiones.

Mirar siempre hacia el futuro, con una mente creativa, dirigida hacia nuevas experiencias y nuevas posibilidades.

Mantener un elevado grado de esperanza, de entusiasmo, de gran expectativa sobre el futuro.

Desarrollar un gran afecto, libremente dado y generosamente recibido.

Desarrollar cariño y hasta romance, porque es esta una de las experiencias que más vida y color ofrecen en nuestros años maduros.

Seguir y continuar siempre creciendo y desarrollándonos, sin importarnos la edad cronológica, que es mucho menos trascendente que la edad biológica, la edad emocional, la edad psicológica, la edad fisiológica, etc.

Estudiar y profundizar en la técnica de la creatividad y enfoque positivo de los problemas. En síntesis, para la persona mayor la creatividad es la gran esperanza de la vida.

¿Qué significa creatividad para el religioso?

Dada la naturaleza espiritual del esfuerzo creativo, la creatividad tiene una gran importancia para el religioso, para el metafísico.

El religioso piensa en la creatividad como una droga espiritual de efectos maravillosos, piensa en la constante renovación y regeneración espiritual, en la inspiración.

Desde el ángulo del religioso, el proceso creativo queda erigido en la trilogía compuesta por la *oración*, *la meditación* y *la cura espiritual*.

El principio básico sobre el cual descansa esta trilogía es en el poder creativo del pensamiento; que la verdad conocida es verdad demostrada.

Esta trilogía tiene un agente curativo dinámico, que alcanza a corregir problemas de salud, de relaciones humanas, de relaciones personales y de ayuda para una vida plena de éxito. Es aquí también donde radica el poder mágico de la creatividad.

Creatividad significa motivación y pleno funcionamiento.

Dice el eminente consultor económico Peter Drucker que “para saber algo, realmente entender algo importante, debe mirarse desde 16 ángulos diferentes”. Esto es creatividad.

Hemos enfocado la creatividad desde el ángulo del educador y del estudiante, de su vital importancia para las generaciones del futuro; desde el punto de vista del empresario, cuyas energías dentro del sector privado pueden determinar el progreso y desarrollo económico de la Nación; desde el ángulo del escritor y el artista que pueden darnos nuevos valores humanos y estéticos para poder funcionar mejor; desde la posición de la persona mayor que necesita desesperadamente motivación para vivir feliz y completamente sus días; y desde el ángulo espiritual del religioso, que tanto puede contribuir a nuestro bienestar y paz espiritual.

Pero el mensaje particular nuestro es que desde todos los puntos de vista, desde todas las diferentes posiciones que hemos considerado, la creatividad es, antes que nada, motivación para el pleno funcionamiento del hombre. Que la creatividad nos ofrece precisamente los medios para lograr nuestras más caras aspiraciones y anhelos, y recordar que donde no hay motivación no hay nada: solo neurosis y enfermedad mental.

Motivación es el poderoso impulso que nos eleva hacia una meta meritoria. Y la creatividad es la motivación misma para funcionar plenamente; la precondition del éxito y de la felicidad. La creatividad

es la causa primaria en el desarrollo de nuestro verdadero potencial humano.

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

- Una mente dividida es inestable y nunca produce ideas creativas.
- La dignidad fundamental radica en la fe de nuestro propio potencial y en la probabilidad de poder alcanzarlo.
- Solo el pensamiento creativo puede conducirnos a la solución total y verdadera de un problema.
- La creatividad tiene aplicación ilimitada en todo campo de actividad humana.
- Para la persona creativa, todo problema tiene su solución.
- La fuente vital de la vida se encuentra dentro de nosotros. mientras más la requerimos, mientras más la utilizamos, más grande crece.
- Cualquier persona que puede pensar y actuar creativamente en cualquier trabajo no tiene por qué temer al desempleo.
- Solo el que vive creativamente, vive feliz.
- Está en la naturaleza del proceso creativo, el manifestarse.
- Nada tiene que temer del futuro porque usted lo está creando en este instante mediante su actitud positiva.
- La mente creativa es de una variabilidad infinita, creando constantemente nuevos conceptos.
- La búsqueda inteligente para lograr soluciones aumenta la capacidad creativa de la mente.
- Generalmente miramos los cambios, pero no los vemos.
- La creatividad nos libera de las restricciones inherentes a la forma tradicional de pensar. Nos ofrece un nuevo enfoque.
- Solo una palabra separa a los países en vías de desarrollo de los países desarrollados: creatividad.



Charla dictada a la Asociación de Mujeres Ejecutivas de la Caja de Seguro Social, en el Restaurante Pana-China. Asistieron también como invitadas, la señora esposa del director general de la Caja, Dr. Abadía Arias, y la Lcda. Virginia Escala, jefa de Planificación de la Caja.

CAPÍTULO VII

ANATOMÍA DE UNA FRASE CREATIVA

“Nuestra imaginación creativa nos remonta en sus alas hacia el amplio firmamento; nuestro intelecto se esfuerza por mantenernos dentro del estrecho compás que abre el juicio crítico”.

**Frase creativa generada en los
Laboratorios Creativos**

“Cada pensamiento es una plegaria. Cada pensamiento impregnado con fe y con sinceridad es una plegaria escuchada y atendida”.

Harry Douglas Smith

La frase creativa

Cuando el hombre se comunica mediante la frase creativa está utilizando el medio máximo de expresión, porque los conceptos, las ideas que entraña la frase creativa, sintetizan al hombre creativo: la actitud positiva en acción.

¿Cuál es la fórmula que genera la frase creativa?

Esta fórmula desarrollada por la sinéctica creativa ha sido resumida de la siguiente manera: Paradoja x Metáfora x Juicio Diferido.

Por paradoja se entiende, como es natural y lógico, como una incongruencia apoyada en la realidad de las cosas de la vida; por analogía metafórica entendemos aquella metáfora que se encuentra petrificada y que luego extraemos mediante la aplicación de nuestra

imaginación creativa; y finalmente, por juicio diferido entendemos la separación del pensamiento creativo, idealista, del juicio crítico valorativo que da raíz, forma y sustancia al proceso de las decisiones últimas.

En cuanto a la paradoja, tradicionalmente ha sido una clase de pensamiento habitual que han empleado las personas realistas. Decía Ralph Waldo Emerson, refiriéndose a Henry Thoreau, que este “había adquirido el hábito realista de entender las cosas al reverso de sus apariencias, razón por la cual siempre gustaba de hacer sus afirmaciones en forma de paradoja”.

La metáfora en la frase creativa

Nuestra imaginación se remonta en alas hacia el firmamento.

Si aplicamos la fórmula de la sinéctica a la frase creativa generada como un ejemplo en los Laboratorios Creativos realizados en la Facultad de Medicina, Departamento de Anatomía, de la Universidad de Panamá, tendremos que recurrir, en primer término, a la metáfora dentro de la frase, producto único y exclusivo de la imaginación creativa nuestra imaginación se remonta en alas hacia el firmamento, es decir, que con la mente impregnada con fe en nuestras ideas y en nuestros ideales, nos remontamos en el sentido creativo hacia las alturas del firmamento.

La imaginación creativa es, en efecto, la base de la creación. Sin el uso de la imaginación no pueden jamás existir alternativas, ni puede surgir motivación alguna. Cuando hablamos de la imaginación creativa nos estamos refiriendo a esa facultad del hombre que es capaz de proyectar una imagen sustancial y plausible, susceptible de ser fijada como una meta que sí puede ser actualizada.

Importancia vital de la imaginación creativa

“La imaginación gobierna al mundo”, decía Disraeli.

“La imaginación es más importante que el conocimiento”, decía Einstein.

Lo importante de la imaginación creativa es que no se detiene simplemente a mirar las cosas como son, sino que las visualiza en la forma como pueden ser.

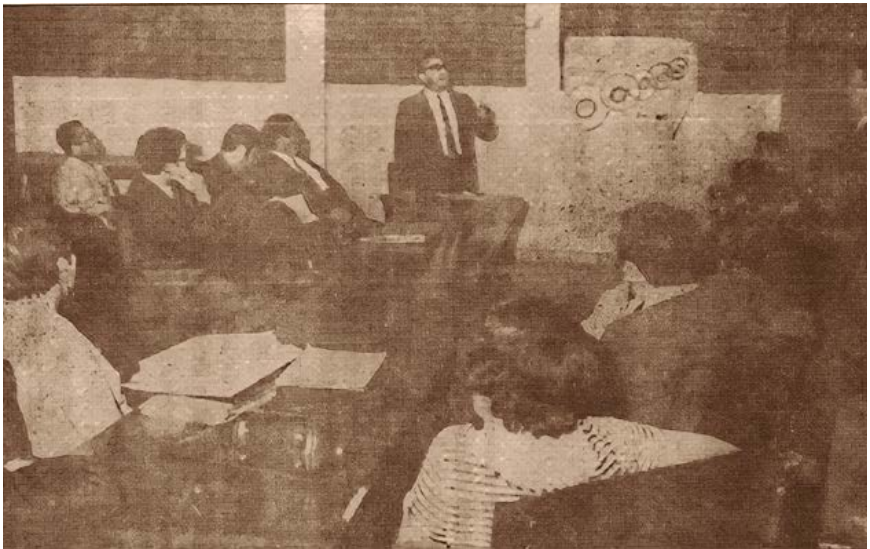
Las técnicas de creatividad que han venido desarrollándose en forma paralela a los computadores electrónicos, han elaborado un estimulador de ideas cuyo propósito es darle un mayor impulso a nuestra imaginación creativa. Se busca mayor motivación hacia la innovación, hacia el mejoramiento, hacia el adelanto y el progreso acelerado.

Siete son las preguntas básicas del estimulador de ideas.

Adaptación. ¿Cómo, en qué forma, podemos adaptar esta idea o este proyecto para mejorarlo y alcanzar mayor éxito? Cuando nos encontramos con alguna idea genial, nuestro problema no es adoptarla, sino adaptarla a nuestra situación.

Modificación. ¿De qué manera, de qué modo, podemos modificar esta idea para hacerla más factible, más viable?

Ampliación. ¿Cómo, de qué manera podemos ampliar o desarrollar más este proyecto para lograr su más rápida y entusiasta aceptación?



Conferencia dictada a magistrados de la Corte Suprema de Justicia y magistrados de los Tribunales Superiores, así como a altos funcionarios del Ministerio Público, en el Palacio Legislativo, durante el año 1972.

Minimización. ¿De qué modo, en qué forma, podemos resumir o sintetizar este proyecto para ajustarlo mejor a nuestras capacidades?

Sustitución. ¿Qué otra cosa podemos emplear en lugar de esto, o en qué forma podemos reemplazarlo o sustituirla?

Reordenación. ¿Qué secuencia distinta podemos imprimirle a esta idea, qué prioridades diferentes podremos aplicarle?

Combinación. ¿Cómo, en qué forma, podemos combinar estas ideas, de manera que podamos lograr nuestros objetivos más rápidamente?

Con este estimulador de ideas siempre en lugar visible de nuestra mesa de trabajo, no podemos evitar ser más creativos. Nuestra mente estará constantemente alerta, sensible, receptiva a toda buena idea nueva, creativa, a toda innovación meritoria.

La paradoja en la frase creativa

Nos remontamos al amplio firmamento y al mismo tiempo nos mantenemos en el estrecho sendero realista.

La experiencia obtenida en los Laboratorios Creativos nos enseña cuán difícil es combinar la metáfora con la paradoja, pero la frase cuya anatomía se estudia ha logrado esta rara combinación.

La paradoja que entraña la frase creativa es que simultáneamente, es decir, a un mismo tiempo, nos remontamos hacia el amplio firmamento y nos mantenemos en el estrecho sendero realista con los ojos abiertos a la realidad de las cosas, mediante la aplicación del juicio crítico.

Esta figura paradójicamente es válida porque, en la estricta realidad, sí es posible tener paralelamente unos ideales elevados y al mismo

tiempo ejercer un severo juicio crítico con base en hechos sólidos que orientan las decisiones importantes para el futuro inmediato.

El juicio diferido dentro de la frase creativa

El tercer factor o elemento de la fórmula de sinéctica creativa es el juicio diferido, cuya tremenda importancia destacó el gran filósofo Bertrand Russell cuando exclamó que el juicio diferido era “el descubrimiento más grande del siglo XX”.

El juicio diferido es la esencia misma de las técnicas de creatividad.

En las sesiones creativas, conocidas como “*brainstorming*” o promoción de ideas, se difiere o suspende el juicio crítico o valorativo para poder lograr resultados óptimos en cuanto a la generación masiva de ideas. Esta técnica del juicio diferido nos obliga a postergar el juicio crítico hasta una etapa posterior, destinada exclusivamente a la evaluación de las ideas generadas durante las sesiones típicamente creativas.

En la frase creativa que nos concierne, el estrecho sendero que ha de conducirnos al logro de nuestros ideales, revela la aplicación de la técnica del juicio diferido porque con ello se quiere decir que al momento de la evaluación de los hechos y de las ideas, se aplicarán separadamente patrones rigurosos de evaluación y de crítica; que a la hora de adoptar las decisiones, solo se tomarán en cuenta los hechos comprobados, las metas y los objetivos previamente señalados.

Una fórmula y una frase creativa

La validez de la fórmula de sinéctica creativa ha quedado ampliamente demostrada con el análisis de la frase creativa arriba expuesta.

Se ha visto cómo esta frase creativa logró combinar nítidamente la metáfora, *la paradoja* y *el juicio diferido*.

Pero lo esencial de esta frase radica en la profunda verdad, magníficamente expresada por el gran pensador Bradford Smith, sobre la superación del hombre: *“El poder del pensamiento creativo es el poder del alma y del espíritu; el juicio crítico es el poder del intelecto. El hombre se supera mediante el diálogo creativo entre estos dos poderes”*.

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

- El confrontamiento de una crisis se inicia con el confrontamiento de uno mismo.
- Debemos percatarnos del factor creativo dentro de nosotros, que es el factor que elimina el mito del destino.
- El poder creativo puede canalizar solo mediante la actitud positiva.
- Todo mejoramiento depende de que usted se vea mejor de lo que es. Así, su potencial se estimula y sus capacidades creativas se desenvuelven libremente.
- Nacimos para vivir nuestros años, no en parte, sino totalmente. Esto quiere decir creatividad en todos los niveles de nuestra experiencia.
- Cada persona debe diseñar su método más efectivo para pensar creativamente.
- La creatividad es el ingrediente básico para resolver problemas originales.
- Si usted tiene una imagen de creatividad, tiene un bien preciado cuyo valor es incalculable.
- Cuando se controlan las ideas, se controla la causa, que a su vez controla el efecto.
- El hombre creativo no mantiene su atención tanto en el lugar donde se encuentra, sino en el lugar hacia donde se dirige.
- Para poder emplear la imaginación positivamente, hay que pensar en el objetivo.
- Nuestra meta final es mucho más importante que los obstáculos que encontramos en el camino.

CAPÍTULO VIII

CREATIVIDAD APLICADA AL DERECHO

En un cercano futuro, los computadores absorberán gran parte de la labor rutinaria de los abogados. Solo habrá campo para el abogado creativo, adiestrado en las técnicas de creatividad y solución creativa de problemas legales.

R. C. Anderson

Problema básico que confronta el abogado Carácter negativo del criterio legal

El problema del abogado frente a las técnicas de creatividad es actualmente objeto de serio y exhaustivo estudio por parte de los centros de investigación en las técnicas creativas.

La opinión que prevalece es que, desde el punto de vista de la creatividad, el llamado criterio legal adopta generalmente una actitud esencialmente negativa frente a los problemas que caen dentro del radio de las actividades del derecho. Esta actitud obedece a la indoctrinación que recibe el estudiante en la universidad, orientada hacia el enjuiciamiento de hechos y su consecuencia jurídica y el desarrollo del juicio crítico. Esta tendencia que se adhiere a su vida profesional lo lleva a convertirse preeminentemente en un “juzgador”, que trae como secuela inevitable la inhibición del pensamiento creativo.

No es que el abogado carezca de imaginación creativa, sino que por tradición y por educación, la aplica en forma inversa a la creativa.

Si dentro de las técnicas de creatividad se aplica constantemente el “*brainstorming*” o la promoción de ideas útiles para buscarle

solución a los problemas, el abogado, en forma inconsciente, aplica su propia clase de “*brainstorming*” para generar ideas y pistas sobre el porqué no es factible o viable determinada solución a un problema legal. Este enfoque es negativo.

Se trata, pues, de una característica negativa del abogado que es preciso transformar y convertir radicalmente hacia el ángulo positivo, si es que desea incorporarse a la nueva era que inicia el hombre creativo.

El derecho agudiza la mente, estrechándola

Si una de las características principales del hombre creativo es la flexibilidad mental y la sensibilidad a los problemas, el abogado viene, paradójicamente a quedar colocado en una situación desfavorable de rigidez y de inflexibilidad, debido a su entrenamiento lógico que viene a agudizarle la mente, pero a expensas de estrecharla. Es ya tradicional que el abogado es un especialista en “hilar delgado”, o como lo denominan los anglosajones “*hair splitting*”. Esta constituye, básicamente, una actitud mental cerrada que lo transforma precisamente en la antítesis del hombre creativo que demanda el futuro. Hay que mantener presente que el ejercicio del juicio crítico inhibe el pensamiento creativo.

Necesidad urgente de reorientar al abogado

Dentro de un proceso actual revolucionario de las crecientes expectativas de las masas populares, dentro de una marcada aspiración hacia un desarrollo económico acelerado, resulta una incongruencia el profesional rígido e inflexible, apegado al precedente y a las normas del pasado.

Una prueba palpable de la existencia de este fenómeno social adverso a los abogados es el simple hecho de que la Economía, que

antiguamente era solo una materia en la facultad de Derecho, se ha convertido en pocos años en una profesión que virtualmente ha venido a desplazar al profesional del Derecho de las posiciones destacadas que ocupaba dentro del engranaje gubernamental y dentro del sector privado. En el fondo, todo se reduce a la cuestión de actitud mental: el abogado mira hacia el pasado y hacia la larga experiencia humana como fuente de justificación de las normas jurídicas; es lento en el cambio y aferrado a las estructuras e instituciones legales del pasado; el economista, por otra parte, está orientado hacia el futuro, visualiza el futuro como un cambio dinámico y constante, y no le tiene temor a los cambios estructurales e institucionales, ya que ha nacido dentro de una época orientada hacia un desarrollo económico acelerado, que no respeta ni admira las estructuras y organizaciones que han venido frenando este desarrollo.

El asunto se reduce literalmente a que un profesional vive en el pasado y el otro en el presente y el futuro.

El abogado creativo del futuro

No obstante el fenómeno social expuesto, ya comienza a sentirse disconformidad con la situación actual que destacan los economistas y de la vida artificial configurada alrededor de gráficas y de indicadores económicos. Evidentemente, los economistas fueron buscados como una tabla de salvación, pero no constituyen la solución integral al problema. Están muy distantes de ello.

Ya se escuchan voces de protesta frente a la visión distorsionada que ofrece el economista porque, en último análisis, la vida no es solo “indicadores económicos” y porcentajes supuestos o estimados de crecimiento, basados en fórmulas matemáticas aún en estado de experimentación. El economista no ha podido definir bien la problemática social del hombre con ansias de superación,

y eventualmente tendremos que retornar al abogado como el profesional más capaz para enfrentarse al problema social integral, y con mayor profundidad y percepción, para adoptar las medidas y tomar las decisiones que han de romper el dilema social que nos encierra.

Pero este retorno no se producirá mientras el abogado adolezca de esta actitud rígida mental y esta inflexibilidad frente al reto del cambio acelerado.

Se hace urgente, imperativo, que el abogado se incorpore cuanto antes a la nueva era del hombre creativo, y que cuente dentro de su bagaje intelectual con todas las características del hombre creativo de fluidez mental, flexibilidad, adaptabilidad, originalidad, sensibilidad y motivación.

El camino a seguir tendrá que ser predicado sobre la base de una reforma revolucionaria en cuanto a la educación legal del abogado del futuro.

La meta central de esta reforma debe ser el reconocimiento de la necesidad de iniciar el diálogo entre el juicio crítico y el pensamiento creativo. Como decía el gran pensador Bradford Smith, citado ya anteriormente por nosotros, “el poder creativo, el pensamiento creativo es un poder del alma y del espíritu; el juicio crítico es un poder del intelecto. El hombre se supera mediante el diálogo entre los dos poderes”.

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

- Las cosas salen mucho mejor cuando se aguardan con paciencia y se trabajan con optimismo.
- La incredulidad es incredulidad en uno mismo.
- El hombre innovador se libera de los viejos patrones para poder forjar nuevos patrones.
- La imaginación puede convertir a la vida en una constante y excitante aventura que nos mantendrá siempre jóvenes.
- Ideas, no hechos, son la verdadera esperanza.
- Las ideas positivas necesitan de pensadores creativos.
- Sin imaginación no hay vida.
- Solo la persona creativa es capaz de dominar la inercia que se encuentra arraigada en el ser humano.
- Todas las experiencias desagradables que han tenido hasta este instante, obedecen a que ustedes no han recurrido a su poder creativo o lo han estado utilizando en forma indebida.
- El hombre encuentra su felicidad solo cuando encuentra su verdadero destino.
- Cuando se aprende a perdonar, se aprende a acabar con la infelicidad.
- Recuerde que el hombre infeliz es el hombre que se siente solo.
- Nadie puede obligarlo a sentirse solitario sin su consentimiento.

CAPÍTULO IX

INICIO DE LA NUEVA ERA DEL HOMBRE CREATIVO

Cuando uno adolece de bloques mentales es como si estuviéramos clavados contra una pared de manera que no pudiéramos ver hacia arriba, ni hacia abajo, ni hacia los lados.

Bradford Smith

Ya se han mencionado las cinco características comunes al hombre creativo, o sean: sensibilidad a los problemas, fluidez de ideas, originalidad, flexibilidad y motivación.

Existe, sin embargo, una serie de bloques mentales capaces de desviar nuestro pensamiento hacia direcciones totalmente improductivas. Este desvío puede tener un efecto serio y adverso en cuanto a nuestra capacidad para resolver creativamente los problemas.

Naturaleza de los bloques mentales

Los bloques mentales son como un cortocircuito que literalmente bloquea parte de nuestra memoria o imaginación, impidiendo su funcionamiento cuando la necesitamos. Si estos bloques mentales no son controlados o sometidos o compensados en alguna forma, pueden prevalecer sobre nuestras características positivas. Esto es, fundamentalmente, la creatividad.

Estas barreras se asemejan a los escollos ocultos en los ríos y esteros, difíciles de ver y que nos causan sorpresa cuando inesperadamente chocamos desastrosamente con ellos.

Bloques funcionales. ¿Cuáles son?

Metas y objetivos indefinidos, que impiden la adopción de decisiones correctas porque no sabemos exactamente hacia dónde vamos.

Falta de sensibilidad a los problemas, que nos hacen incapaces para resolver problemas por desconocerlos.

Deficiencia e ignorancia de las técnicas creativas, porque desconocemos los pasos básicos que anteceden a la solución de los problemas, tales como la información o elementos de juicio, la definición del problema, la producción múltiple de alternativas, la evaluación sistemática y, finalmente, la adopción de la solución.

Incapacidad para anticipar o prever hechos o sucesos previsibles o anticipables como resultado de nuestras decisiones, por adolecer de la visión necesaria.

Barreras psicológicas. ¿En qué consisten?

En el pensamiento cerrado o rígido, porque seguimos repitiendo las soluciones erradas a los problemas, y no buscamos nuevas pistas o posibles soluciones a los problemas que nos ubiquen en las metas deseadas.

Motivación inadecuada, porque carecemos del empuje acelerado hacia el objetivo final. Donde no hay motivación no hay nada.

Distorsión en la percepción, porque enfocamos el problema desde un punto de vista equivocado que nos arrastra hacia una mala definición del problema que confrontamos.

Conformismo, que es la antítesis de la creatividad.

Resistencia a las nuevas ideas, que solo puede resultar en estancamiento y ausencia de todo progreso.

Falta de originalidad para desarrollar nuestras propias ideas o para combinarlas, de manera que salga alguna innovación meritoria y útil.

Obstáculos sociológicos. ¿Cómo se definen?

Barreras culturales producidas por una educación tradicional negativa y orientada exclusivamente a impartir información intrascendente para atacar los problemas actuales del mundo moderno.

Vacas sagradas que ya han dejado de tener base alguna para su existencia y que detienen artificialmente nuestro adelanto y nuestro progreso.

Desorganización que solo puede llevarnos al fracaso, porque en el último análisis la causa primaria del subdesarrollo viene a ser la desorganización y la mala administración.

Tabúes que tienen origen oculto o desconocido.

Falta de incentivo o de estímulo que remata en ausencia de motivación.

Demasiados comités o comisiones que solo sirven para eludir responsabilidades.

Barreras en la comunicación y al intercambio de ideas creativas.

Mantener una organización predicada sobre el principio de reducir a la impotencia al hombre creativo que inicia la nueva era. Este es un mal muy generalizado.

Falta de reconocimiento adecuado al esfuerzo creativo, que debe ser la piedra angular de toda organización que realmente busca superación.

Paternalismo, que impide el desarrollo del potencial del individuo haciéndolo débil y dependiente.

Exceso de rutina, de papeleo y de burocracia.

Bloques físico-ambientales

Exceso de ruido que hace imposible la labor productiva. Exceso de humedad y de calor que produce agotamiento y falta de energía.

Interrupciones constantes que desvían el tren de ideas y ocasionan disturbios mentales y deficiencia en la solución de problemas.

Bloques fisiológicos

Uso y abuso del alcohol o de estimulantes que minan la salud. Fatiga y ansiedad producida por actitudes negativas.

Hambre, porque aun cuando no solo de pan vive el hombre, cuando el hombre no tiene pan, solo de eso vive o sobrevive.

Mala salud que produce abulia e inercia. Tensión prolongada que produce agotamiento.

Solución al problema de los bloques

El hombre que inicia la nueva era de la creatividad se libera de todos estos bloques, barreras y obstáculos mediante un adiestramiento e inductramiento sistemático en las técnicas para el ataque y solución creativa de problemas.

Enormes son las recompensas que aguardan a los hombres y mujeres que pueden cambiar los patrones de su pensamiento para ponerlos a tono con las nuevas condiciones y los nuevos retos del mundo moderno.

Solo las nuevas ideas pueden darnos el poder y la confianza para resolver todos nuestros problemas de una forma verdaderamente creativa.

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

- Las personas más felices son aquellas que funcionan cada día de acuerdo con sus mejores capacidades.
- Felicidad significa que usted está usando la imaginación creativamente.
- La creatividad estimula la felicidad.
- El dominio de todos los hábitos comienza con el dominio de su mente creativa.
- El hombre creativo da impulso y orientación a su pensamiento, para crear situaciones, condiciones y circunstancias que se acomoden a sus aspiraciones.
- El hombre creativo tiene en su mente un filtro que permite el paso libre a las nuevas ideas.
- La mente inspirada es la mente creativa.
- La inspiración es la función del espíritu creativo, no del intelecto.
- Una persona puede tener más preparación que otra, pero no más capacidad de inspiración.
- El hombre negativo mantiene su mente cerrada a las nuevas ideas.
- La auténtica satisfacción no proviene de la riqueza ni de la adulación de los hombres, sino de realizar algo de verdadero mérito, de verdadero valor.

CAPÍTULO X

INICIO DE LA NUEVA ERA DEL HOMBRE CREATIVO II

Una de las características del hombre creativo es que aprende a dominar su inclinación a permitir que la compasión por el desvalido venga a degenerar en una actitud negativa de odio hacia el pudiente.

Abraham M. Maslow.

Abraham M. Maslow, considerado por muchos como el psicólogo más grande desde Freud, ha advertido al hombre creativo el peligro que entraña la combinación del sentimiento positivo de compasión hacia el pobre, hacia el desvalido, con una reacción negativa de rencor y de odio hacia el pudiente, hacia la persona con capacidad demostrada para abastecer y para suplir sus propias necesidades con sus propios recursos.

El pensamiento de Maslow, debidamente analizado en todas sus partes integrantes, simplemente significa que el hombre creativo, que inicia la nueva era, se mantiene en constante alerta contra los peligros que surgen de actitudes negativas largamente arraigadas en el hombre.

Lo realmente importante aquí, lo que merece detenida reflexión y profunda meditación por parte nuestra, es la posibilidad de que el logro de una meta tan meritoria como es la de ayudar y de beneficiar al desvalido pueda truncarse, desviarse y hasta destruirse a sí misma si se permite que este noble sentimiento de compasión genere una actitud negativa de odio hacia el pudiente. El resentimiento y el

odio siempre, invariablemente, han sido pésimos consejeros, y son resabios de una era que ya toca a su fin, porque para el hombre creativo la vida está compuesta básicamente de múltiples problemas que, luego de ser sometidos a una escala de prioridades, deben ser atacados y resueltos en forma efectiva y creativa. No hay cabida para actitudes negativas.

Sensibilidad a los problemas, característica máxima del hombre creativo

Si por sensibilidad a los problemas entendemos nuestra habilidad para descubrir y reconocer un problema existente, esta capacidad no puede, en ningún sentido, compaginarse con una actitud inflexible, rígida, frente a los problemas.

El hombre creativo siempre actúa de manera positiva, busca y rebusca todos los enfoques positivos, eliminando desde un inicio y de raíz, toda tendencia y toda inclinación negativa y destructiva. Ello solo podría conducirnos a una visión distorsionada, cerrada, unilateral, de las cosas que remataría irremisiblemente en una solución errada de los problemas.

No se trata de un dilema, y si es esta nuestra primera impresión, se trata de un dilema más aparente que real, porque en el fondo sí existen alternativas satisfactorias. Solo es cuestión de cambiar o sustituir la combinación, o la mezcla de la actitud positiva de la compasión hacia el hombre desvalido con la actitud negativa de odio hacia el pudiente, por una nueva y creativa combinación cuyos extremos sean totalmente positivos.

La nueva fórmula

Sensibilidad combinada con flexibilidad frente a los problemas. Si logramos combinar el sentimiento noble y positivo de la compasión,

de la máxima comprensión hacia el problema de los desvalidos, con una actitud flexible, dispuesta y anuente a enfocar el problema desde sus múltiples ángulos, entonces sí podemos lograr un resultado altamente positivo. Tendríamos una solución al problema de los desvalidos sin que por ello tuviéramos necesariamente que destruir, denigrar ni desconocer la posición de aquellas personas con demostrada capacidad para suplir sus propias necesidades, mediante su propio esfuerzo y con sus propios recursos.

He allí la importancia enorme de las técnicas de creatividad en el mundo moderno de complejos y difíciles problemas. Estas técnicas son realmente capaces de crearnos una nueva vida, un nuevo y mejor futuro. Esto no es un mito ni una ilusión.

Alternativas múltiples. Enfoque creativo

La causa primaria de nuestra impotencia y de nuestra frustración en la solución de muchos problemas radica en que la educación tradicional, en lugar de estimular las soluciones originales, novedosas a los problemas, las ha venido penalizando sistemáticamente. Dicho en otra forma, nuestra rigidez mental obedece principalmente a la falta de estímulo de incentivo, de motivación por parte de la escuela en todos sus niveles. Este es hoy un hecho francamente reconocido y aceptado por los educadores más avanzados.

Debemos tener siempre presente que nuestra mente no es necesariamente eficiente. Lo mismo que un computador, tiene que ser programada, pero programada según y de acuerdo con las nuevas técnicas para el ataque y solución creativa de problemas. Si dejamos sola a nuestra mente, repetirá indefectiblemente las mismas soluciones y respuestas erradas a los problemas.

Las técnicas de creatividad no son, como muchos piensan, solo teoría, sino técnicas intensamente prácticas. La diferencia entre la

teoría y la práctica es que en la práctica no podemos dejar nada por fuera. Estas técnicas comprenden e incluyen todo, absolutamente todo.

Un vivo ejemplo es que comprenden nuestra noble compasión hacia el hombre desvalido, hacia el huérfano y olvidado de la fortuna; que comprende y entiende la urgencia de la revolución de las crecientes expectativas, y al mismo tiempo también el reconocimiento justo y razonable hacia el hombre con demostrada capacidad para satisfacer sus propias necesidades mediante su propio esfuerzo.

Fin de la era del hombre inteligente negativo

Es por todo lo expuesto que ya hemos llegado al fin de la era de lo que antiguamente se denominaba el hombre inteligente, el hombre inteligente que da acceso a conceptos y actitudes negativas. Es por todo lo expuesto también, que hemos llegado al inicio de la nueva era del hombre creativo, ansioso de actualizar plenamente su propio potencial creativo, para aplicarlo en forma acelerada y sin demora a la realización de las aspiraciones, objetivos y metas que se han señalado.

El hombre creativo mantiene la íntima convicción de que las actitudes negativas solo engendran problemas, en lugar de resolverlos.

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

- El aprendizaje y el descubrimiento son los que producen satisfacción y felicidad.
- El secreto de la realización y de la felicidad radica en nunca tener tiempo de sobra.
- La felicidad nunca puede ser una meta tangible; solo puede ser un subproducto de otra actividad altamente motivada.
- El temor a cometer un error es el peor error de todos.
- Pensamientos negativos, aun cuando no se realicen, pronto destruirán al sistema nervioso.
- Un hombre no puede directamente escoger las circunstancias, pero sí puede escoger sus pensamientos y así indirectamente, pero en forma segura, alterar y cambiar sus circunstancias.
- Una manera de evitar ser feliz es imponer condiciones a la felicidad, decir “solo así soy feliz”, “así soy infeliz ...”
- El hombre no puede ser explicado en términos de su pasado, sino de su futuro.

CAPÍTULO XI

FIN DE LA ERA DEL HOMBRE INTELIGENTE NEGATIVO

La era de lo que antiguamente se calificaba como la era del “hombre inteligente” está llegando a su fin. Hoy contemplamos el inicio de una nueva era la era del hombre creativo.

Prof. Pinchas Noy

La creatividad tiene una naturaleza dual: es al mismo tiempo destructiva y constructiva. Una idea creativa puede ofrecernos una nueva manera de hacer las cosas, una nueva actitud o un nuevo modo de pensar, pero solo a expensas de que renunciemos a una antigua forma de pensar o de hacer las cosas.

Lo que hay que mantener siempre presente en este reto constante del cambio es que puede existir cambio sin mejoramiento, pero jamás puede existir mejoramiento sin cambio. Esto es axiomático.

Cambio es el proceso mediante el cual el futuro invade nuestras vidas. El ser creativo se identifica porque siempre está progresando, siempre se encuentra en proceso de cambio hacia alguna meta meritoria y útil.

El apego al pasado, que antes era un signo de sabiduría y de virtud, es hoy un signo de rigidez mental y de estupidez. Hemos llegado a la etapa cultural en que el único valor positivo es el cambio. Se trata de una revolución intelectual que no cuenta ni busca ningún precedente, porque en el mundo moderno de transformación y cambio, el precedente es inoperante.

Todo acto creativo constituye en sí una revolución

Todo acto creativo es por definición original, innovador, novedoso, visionario, e involucra una transformación en alguna actividad humana, ya sea tecnológica, económica, educativa o política. En este sentido, hay que admitir que todo acto creativo constituye en sí una revolución.

Fin de la era del “Hombre Inteligente Negativo”

La creatividad es tan importante como la vida misma. La vida y la creatividad son muy semejantes en forma y en su naturaleza. El cambio es la esencia de ambas.

Autoridades como J. P. Guilford y Donald W. MacKinnon, que se han dedicado al estudio de la estructura de la inteligencia y de la creatividad, coinciden en que la era que antiguamente se calificaba como la era del “hombre inteligente” está llegando a su fin, y que hoy contemplamos una nueva era, “la era del “hombre creativo”. No se trata de un nuevo enfoque semántico, porque la distinción es profundamente real, tanto en el campo de la psicología como en el campo espiritual de la metafísica.

Las investigaciones han sido orientadas hacia la determinación de los puntos de coincidencia y de disimilitud entre el cociente de inteligencia de una persona y el nivel de creatividad y de capacidad efectiva para atacar y resolver problemas creativamente. Muchas personas, a pesar de un grado alto de inteligencia, no por ello mantienen siempre una actitud creativa y positiva frente a situaciones de complejidad, es decir, frente a los problemas que reclamaban solución. En síntesis, la inteligencia no es sinónimo ni garantía de creatividad. Existe la inteligencia estéril.

Mejor dicho, una persona puede estar dotada de una inteligencia brillante y mantener latentes actitudes totalmente negativas, actitudes

que crean una condición de predisposición a los problemas, más bien que a la solución de ellos. Esta actitud destructiva muchas veces conduce a estas personas talentosas a la frustración y al fracaso en la vida. Los ejemplos abundan.

Inicio de la “Era del Hombre Creativo”

Cinco son las características básicas del hombre creativo:

Sensibilidad a los problemas: fluidez en las ideas, originalidad, flexibilidad y finalmente motivación.

Sensibilidad a los problemas es la habilidad para reconocer la existencia de un problema. Esta sensibilidad es vital para la creatividad, porque es imposible resolver un problema que no se conoce.

Fluidez en las ideas significa simple y llanamente que una persona tiene la habilidad para generar cantidades de ideas para atacar un determinado problema. La creatividad se encuentra predicada en el teorema de que cantidad representa calidad, y que mientras más ideas tenemos, mayores son las probabilidades de lograr una buena solución mediante la aplicación de una idea realmente novedosa.

Originalidad es la habilidad para encontrar una forma diferente de resolver un problema.

Flexibilidad creativa es la voluntad y la disposición de considerar una gran variedad de enfoques a un problema. En lugar de congelarse obstinadamente en una sola idea o en un determinado enfoque, la persona flexible busca distintas y diferentes maneras de atacar el problema.

Motivación significa empuje acelerado, ambición suficiente hacia el logro de una meta meritoria.

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

- Mis enemigos son mis pensamientos, mis dudas, mis temores, mi actitud crítica de los demás, mi sentido de culpabilidad.
- Dadme fuente divina, la sabiduría para saber cuándo he encontrado la visión para saber qué he encontrado y qué falta por encontrar.
- Los factores y actitudes negativas son causa y origen de todos los problemas.
- El éxito depende de la forma como reaccionamos al flujo dinámico de los hechos.
- El peor enemigo del hombre es su propio pesimismo.
- Es necesario darle a las soluciones toda la concentración y energía que antiguamente le dábamos a los problemas.
- La diferencia entre un hombre grande y un hombre ordinario es la habilidad para resolver problemas creativamente.

CAPÍTULO XII

CREATIVIDAD CONTRA EL MITO DE LA EDAD CRONOLÓGICA

El Estado de Massachusetts ha resuelto acabar con el impedimento de la edad cronológica, prohibiendo por ley al patrono indagarle la edad a un aspirante a empleo.

Jim Ayward

La actitud positiva inicia un proceso de renovación constante, que desafía al tiempo y destruye el mito de la importancia de la edad cronológica. Esta es una de las grandes verdades de nuestros tiempos.

“No son los años con que contamos en el calendario los que nos hacen viejos” -dice el profesor Emeritus Robert P. Crawford-, “son las ideas viejas, las ideas anacrónicas, las ideas obsoletas que insistimos en seguir cargando, las que nos hacen viejos”.

Todos los más eminentes geriatras se encuentran perfectamente de acuerdo en que no es la edad cronológica la que puede determinar y regular la capacidad de una persona para desempeñar a cierto nivel un trabajo, una ocupación o un oficio. Ya la edad cronológica como patrón de evaluación es sencillamente un mito o una ilusión que desaparece. Este patrón ha sido reemplazado por la edad emocional, la edad psicológica, la edad cultural, la madurez para enfocar y resolver problemas y para renovarse constantemente.

Esto es así porque diariamente observamos una infinidad de personas cuya edad cronológica puede ser avanzada y aún conservan la lozanía de la juventud.

El concepto altamente negativo que se ha concentrado alrededor de la edad cronológica es el que tiende a eliminar a la persona mayor como unidad económica productiva, que induce a fijarle, en forma arbitraria e injusta, un día en el calendario como término artificial de su capacidad laboral, de su utilidad, de su aporte a la comunidad.

A ello se opone el moderno concepto positivo de la creatividad, que funda su fe en el proceso regenerador y renovador de las técnicas creativas, y que, como el Estado de Massachusetts, *considera a la vejez como la enfermedad del fracaso.*

Esta ley viene a destruir uno de los prejuicios más dañinos y más generalizados, y abre de par en par las puertas de la oportunidad a cualquiera persona saludable e idónea que antiguamente se estrellaba contra la muralla de un mito.

Una de las implicaciones más negativas de esta reacción frente a la edad cronológica es la de que la persona -por el simple hecho de llegar a determinada edad- tiene por fuerza que mirar hacia atrás y no hacia el futuro. Si se hace imprescindible inculpar a algo o alguien de esta situación, tendremos que mirar al sistema que impera en la educación tradicional. Esta se concentra en el pasado y en los problemas ya inexistentes del pasado. Esta puede ser la clave.

Las investigaciones científicas recientes han revelado que la educación tradicional es esencialmente informativa y no creativa, que desde los siete años en adelante tiende a destruir el potencial creativo latente de los estudiantes. Las cifras indican que si un 90 por ciento de los niños de siete años mantenían un índice elevado de potencial creativo, este quedaba reducido a solo un 2 por ciento en todos los años sucesivos. No es de extrañar que sea allí donde surgiera el ambiente propicio para desarrollar el mito negativo de la edad cronológica para acabar con el hombre maduro.

Lo que procede, desde luego, es sustituir este concepto arcaico por “tests” de pruebas tendientes a descubrir y determinar el porcentaje de creatividad y de actitud positiva que tiene una persona. Y si estas pruebas resultan contrarias, entonces sí procedería aplicar a dicha persona -aunque cuente con solo veinte años de edad- las sanciones que hoy se imponen a los hombres maduros por razón de la edad cronológica.

La psicología, la psiquiatría y la metafísica se han sensibilizado al hecho de que no vivimos en años, sino en acciones; que no vivimos en movimientos respiratorios, sino en pensamiento; que no vivimos en fechas del calendario, sino en sentimiento. Es allí donde se aplica el enfoque positivo.

La creatividad no es solamente una aptitud sino una actitud

Entre los beneficios intangibles inmediatos de la creatividad, se encuentran los de prolongar la juventud, porque el pensamiento creativo incide tanto en la mente como en las glándulas y en el corazón. Dice Patrick M. McGrady Jr., en su obra sobre la teoría del envejecimiento, que “lo realmente importante es la actitud mental de querer -efectivamente querer- ser más joven y además, tener fe en lo que se puede lograr. La verdad es que la actitud mental de una persona puede hacer milagros”(7).

Al extraordinario arquitecto Frank Lloyd Wrigt, cuando tenía 85 años de edad, le solicitaron su contribución a un simposium compuesto por octogenarios cuyo objeto era reflejar la sabiduría de la edad madura. A esta solicitud, contestó Wrigt: “yo rechazo de raíz la idea de ser clasificado como octogenario”. Para él, no existía el mito de la edad cronológica.

(7) McGrady Jr., Patrick M. *Teoría del envejecimiento*.

Nos dice Johnnie Lee Mcfadden, tercera esposa del famoso publicista y naturalista Bernard Mcfadden, con quien se casó cuando ella tenía 41 años y Macfadden 75, que este era un vivo ejemplo de la vitalidad rejuvenecida, y que aun a la edad de 89 años era capaz de satisfacerla sexualmente a plenitud, tanto así -decía ella- que después de su muerte la había echado a perder para los demás hombres(8)(9).

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

- Todo progreso tuvo como punto de partida una pregunta creativa: ¿Cómo, en qué forma, de qué modo puedo mejorar esta situación? ¿Cómo, de qué manera, puede alcanzar la meta X?

(8) *McGrady Jr., Patrick M. The Youth Doctors.*

(9) *Bortz, Edward L. Creative Aging.*

CAPÍTULO XIII

LABORATORIOS CREATIVOS: NUEVA TÉCNICA EDUCATIVA

Educación mediante participación

Orientación

La nueva orientación es hacia la investigación y hacia el verdadero aprendizaje, hacia los problemas reales de la vida.

Educación tradicional

El sistema tradicional actual está contribuyendo más bien a crear problemas, que a preparar a los estudiantes para resolverlos.

Carl Rogers (1967) nos dice: “el sistema educacional no puede darse el lujo de desarrollar ciudadanos que sean pasivos, cuyo conocimiento sea fijo y cerrado, cuyas maneras de pensar sean rígidas, y que no tengan sensibilidad para el proceso de descubrir nuevos conocimientos y nuevas soluciones”.

El aula tradicional

El maestro o profesor retiene demasiada responsabilidad en el proceso educacional; él determina las metas, decide y presenta el material informativo que debe aprenderse, las pruebas y exámenes que deben pasarse, identifica los problemas que deben resolverse (generalmente problemas con una sola solución, más bien que problemas reales de la vida con soluciones múltiples), especifica el enfoque que debe seguirse, y evalúa el progreso del estudiante según su propio criterio (el del profesor) patrón, no el del estudiante.

Al estudiante se le excluye de todas estas actividades y, en consecuencia, no siente ninguna responsabilidad por ellas.

Incapacidad para resolver problemas

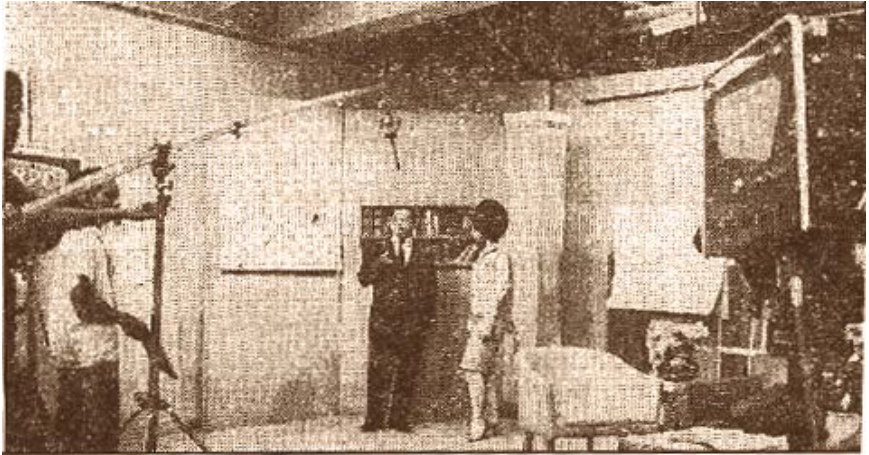
Un estudiante que logra sobrevivir y tener éxito en el sistema tradicional rígido se encuentra pobremente equipado para encararse al mundo real en el cual él tiene que ser capaz de aprender activamente por su propia cuenta, pensar, y resolver problemas. Este ajuste es casi siempre difícil, y requiere mucho tiempo. Los padres culpan a los educadores y los educadores a los padres. Todo el mundo culpa al estudiante.

Problemas del profesor innovador

Al profesor innovador casi siempre se le obliga a conformarse al sistema.

Objetivos del laboratorio

Se pretende desarrollar la totalidad de la persona del estudiante, su potencial individual. En lugar de estar los estudiantes compitiendo uno contra el otro para obtener mejores calificaciones, los estudiantes deben trabajar conjuntamente para explorar, identificar y desarrollar su potencial individual, sus intereses y sus habilidades. En este nuevo sistema casi todos pueden tener éxito, realizar, ser respetados y respetarse a sí mismos.



Charla de Orientación de técnicas de creatividad y solución creativa de problemas, realizada en el Canal 4 de TV en Panamá. Figuran los directores del Centro de Estudios de Creatividad de Panamá, Ingenieros Jorge A. Loré y Jorge I. Barnett Jr. así como el Lic. Eduardo Valdés.

Aprender a aprender

Aprender cómo aprender, implicarse en el proceso de cambio, este debe ser el objetivo primordial de una educación que sea adecuada para el mundo presente y futuro.

Características del Sistema Educativo Abierto

1. Hay que liberarse de la actitud defensiva, de la búsqueda de seguridad y estatus. Así se logra una especie de abandono de sí mismo, y se permite admitir los errores que uno cometa.
2. Confianza en sí mismo y propia estimación, lo que le permite a uno ser más flexible y objetivo; aceptar nuevas ideas y abandonar lo intrascendente.
3. Libertad e individualidad; espontaneidad, originalidad, innovación, experimentación y curiosidad.
4. Relaciones interpersonales cordiales, aprecio, cooperación e incorporación.
5. Relaciones mutuas, recíprocas, en constantes desarrollo.
6. Armonía y cooperación.
7. Confrontación a un nivel elevado, libre juego de diferencias, sin conflicto personal.
8. Participación en la formulación de decisiones y en la solución de problemas.
9. Honestidad, integridad, congruencia y responsabilidad.
10. Positivismo, optimismo.

11. Actitudes y comportamiento de estímulo, confianza y cooperación hacia los demás.

¿Qué es lo que es la educación mediante participación?

Se propone reunir todos los componentes del proceso revolucionario educativo, a manera de lograr una filosofía y metodología consistente y unificada, que pueda fácilmente ser adoptada por un maestro o profesor en su aula de clases.

Fuentes

Se originan en las formidables innovaciones y experimentos que se adelantan en los Estados Unidos de América e Inglaterra, particularmente en la facultad de Ingeniería de la Universidad de Utah, en el sistema utilizado para el entrenamiento del Cuerpo de Paz.

Origen del concepto educación mediante participación

Este nombre viene de la tendencia moderna existente en la industria hacia la “Participación en la Administración”. El término se ajusta literalmente a lo que ocurre. La intención y la implicación es que el estudiante no es simplemente el recipiente de la educación, sino un participante activo en el proceso educativo. El maestro no es un simple transmisor de información, sino un coordinador en la enseñanza y en el aprendizaje.

La misión del profesor y la del estudiante

El profesor establece objetivos y metas provisionales, sujetas a modificación a través de la interacción con los estudiantes.

Cada estudiante debe observar claramente cómo, en qué forma, los objetivos del curso se relacionan con sus propias metas. Esto es esencial.

El estudiante debe cooperar en la definición de los objetivos específicos, ayudar a identificar los problemas más significativos dentro del radio de la materia. Debe ayudar y cooperar al descubrimiento de lo que se debe aprender para solucionar estos problemas, debe procurarse él mismo la información, utilizando las mejores fuentes existentes.

Debe aprender la técnica creativa para la solución de problemas, mediante curso especializado.

Introducción al sistema

Al inicio del sistema, el profesor o maestro se verá obligado a asumir más responsabilidad en cuanto a dirección y guía de la que sería deseable. Esto obedece al indocinamiento que han recibido los estudiantes en el sistema cerrado tradicional.

Premisa que asume la educación creativa

- Confianza en el estudiante como una persona responsable, con deseo de aprender y desarrollarse, de alcanzar metas y lograr realizaciones.
- Responsabilizando personalmente al estudiante por su propio aprendizaje.
- Descubriendo el material informativo que satisface sus necesidades y las necesidades del cambiante mundo moderno.
- Estimulando el pensamiento independiente. El estudiante identifica personalmente la importancia de las cosas, en lugar de memorizar la importancia que otras personas le han dado a las cosas, lo cual es intrascendente.
- Relacionando el material de estudio con su experiencia personal.

- Aprende haciendo y actuando (participación activa).
- El estudiante trata de resolver problemas que sí tienen significado para él mismo y que tienden a satisfacer su propia curiosidad intelectual.
- Permitiendo al estudiante ejercitar su propio criterio, selección y alcanzar sus propias decisiones; no se le dan consejos, sino ayuda para explorar alternativas; al profesor no se le ve como la autoridad máxima y final, sino como un orientador.
- La creatividad se estimula y respalda mediante preguntas abiertas y problemas reales, exploración de alternativas; la búsqueda de nuevas interpretaciones, nuevas ideas y nuevas soluciones creativas.
- Se permite y facilita la expresión creativa.
- Se hace énfasis en aprender y pensar bien más, que en ser un mero receptáculo de información.
- La evaluación de lo aprendido se confronta con la realización de objetivos específicos, y no se relaciona con las “notas” obtenidas en exámenes.
- El estudiante asume la responsabilidad de sus propios errores y de corregir su trayectoria futura.
- Las opiniones, críticas, sugerencias, ideas y sentimientos de los estudiantes son apreciadas por el profesor.
- Se establecen relaciones cordiales e informales entre el profesor y los estudiantes.

El papel del profesor

Aquí el profesor sirve primordialmente como facilitador, catalista y como recurso. Así, como un “*couch*” atlético, él establece las reglas y la estructura, ayuda a cada persona para que desarrolle habilidad y comprensión del nuevo sistema y para actuar y funcionar plena y efectivamente. Hace énfasis en la cooperación y en el trabajo en equipo.

Orientación

1. Se enfoca hacia el proceso de aprender; de aprender cómo aprender.
2. Involucra al estudiante activamente para que asuma la responsabilidad de su propio aprendizaje.
3. Ayuda al estudiante para que aprenda a buscar activamente información, identificando y haciendo uso efectivo de los recursos a su alcance.
4. Confía en que el estudiante aprenda a localizar y utilizar la información que necesita para resolver problemas.
5. Confía en que el estudiante aprenda mediante exploración y descubrimiento, formulando preguntas, adelantando hipótesis, solucionando problemas.
6. Enfoca el proceso creativo de identificación y solución de problemas reales de la vida, con muchas soluciones posibles. No existe el perito ni la solución única.
7. Se formulan objetivos claros y bien definidos, basados en las necesidades del estudiante y de la materia.

8. Involucra al estudiante en la evaluación y justiprecio de la experiencia de aprender, de lograr información y progresar hacia los objetivos.
9. Enfoca las realizaciones del estudiante con relación a sus propias necesidades y objetivos.
10. Ayuda al estudiante a aprender, a trabajar efectivamente con los demás y a cooperar con los demás en la solución de problemas. (*Brainstorming*).
11. Enfoca las discusiones en grupo, en las actividades de los propios estudiantes y las evaluaciones de ellos mismos.
12. Busca comunicación abierta y franca entre los estudiantes y los profesores.
13. Evita dar consejos, pero ayuda al estudiante a explotar alternativas. Respalda al estudiante en sus propias decisiones.
14. Estimula la informalidad y la espontaneidad en el salón de clases.
15. Estimula una actitud interrogante, de disconformidad constructiva, característica del hombre creativo.
16. Trata de desarrollar un clima abierto, de confianza y de interés por los demás, de óptima intercomunicación.
17. Estructura el curso de manera que problemas no programados e inesperados sean considerados como oportunidades para aprender más.

El Nuevo Sistema Educativo - Puntos sobresalientes

1. Los estudiantes y el profesor definen y redefinen los objetivos, utilizando objetivos provisionales establecidos por la dirección o facultad, como base.
2. Los estudiantes y el maestro o profesor identifican los problemas de mayor significado y las preguntas más pertinentes. Se fijan prioridades.
3. Los estudiantes identifican y utilizan los recursos a su alcance para lograr la información necesaria para resolver los problemas mediante las técnicas de creatividad.
4. Los estudiantes exploran las soluciones múltiples y alternativas variadas como solución de los problemas planteados.
5. Los estudiantes y el profesor examinan, comparan y evalúan las posibles soluciones a los problemas.

En la educación mediante participación, el énfasis es en la solución creativa de problemas y en el proceso creativo

Al estudiante no se le alimenta con información mediante cucharadas o goteros, información sobre hechos a los cuales muchas veces él no le atañe absolutamente ninguna importancia o necesidad, o no entiende; en su lugar, aquí el estudiante busca activamente la información que él mismo ha decidido que necesita o le gustaría tener, ya sea para prepararse para resolver problemas que anticipa o para desarrollar un mejor entendimiento de la situación confrontada por él, o porque sencillamente tiene interés verdadero y curiosidad intelectual.

Las charlas y conferencias

En este sistema no se dictan charlas y conferencias para satisfacer una necesidad del profesor de transmitir información, o para impresionar a los estudiantes o para divertirlos.

Aquí las charlas se dictan para satisfacer una necesidad expresada por los estudiantes, y en el momento oportuno cuando los estudiantes se encuentran listos y receptivos.

Pero aquí aun la metodología del profesor se cambia para permitir a los estudiantes una participación mucho más activa.

Educación continua

Este sistema, en el último análisis, nos conduciría a eliminar la necesidad de otorgar diplomas tal como lo hacemos hoy día. El tiempo en que una persona obtenía su diploma, comenzaba a ejercer su profesión y se olvidaba de la universidad, pertenece al pasado. El mundo cambiante moderno exige una educación continua, que nunca termina.

Calificaciones

Las calificaciones siempre han constituido un problema, pero aún más bajo este nuevo sistema. Lo ideal sería eliminarlas del todo.

Las calificaciones significan que el sistema tradicional desconfía de los estudiantes y requiere este medio de control, o la ausencia de objetivos claros y bien definidos que sirvan de guía para determinar el progreso de los estudiantes.

Duración de los cursos

Cuando el énfasis es en el progreso del estudiante a su propio ritmo, la duración del curso no tiene significado alguno. Se tiene un nuevo marco de referencia.

Eliminación de textos

Sería aconsejable la eliminación de textos, excepto para los cursos básicos, o para la documentación histórica con fines de referencia bibliográfica.

El material informativo vendría entonces de las revistas científicas, especializadas, documentos de trabajo, los cuales acoplarían conjuntamente los estudiantes y el profesor.

Se utilizarían los adelantos tecnológicos

Máquinas computadoras, televisión, películas, cintas grabadas, videotapes, etc. Las charlas o conferencias se pondrían en el videotape, etc. para pasarlas nuevamente cuando fuere necesario.

Las mejores ideas muchas veces no provienen de los estudiantes de mayor agilidad mental y mayor rapidez

El sistema actual de competencia desanima a los perdedores, y este es un precio que se paga muy alto. Tiene muchos aspectos negativos.

El sistema de laboratorio le da más tiempo al profesor para incorporarse a los distintos grupos(10).

(10) *Valdés Guardia, Eduardo. Las ideas y enfoque de este artículo corresponden al Dr. Albert R. Wight, Director del Centro para la Investigación y Educación, Estes Park, Colorado, EE. UU.*

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

- La felicidad es un estado mental compuesto por la emoción, la razón y el entendimiento, combinados armoniosamente.
- La vida contiene dentro de sí un impulso hacia el mejoramiento que implica un propósito y una meta.

CAPÍTULO XIV

CREATIVIDAD PARA CREAR UNA
NUEVA IMAGEN DE PANAMÁ

*“Desde los tiempos del presidente John F. Kennedy,
la política de los Estados Unidos de América
en el Caribe ha sido predicada
en un simple negativo: evitar otra Cuba.*

*Este enfoque deficiente, carente de énfasis en metas positivas, ha
generado una serie de cálculos erróneos”.*

**Prof. Abraham f. Lowenthal,
de la Universidad de Harvard.**

*“Nixon simboliza cambio, nuevas ideas, acción positiva,
imaginación y programas factibles que contribuirán a
resolver los problemas que nos abruman”.*

Harry Treleaven (1968)

Metas positivas de la nueva imagen

Dentro de la nueva era de la creatividad, del enfoque positivo de las alternativas múltiples, del pleno funcionamiento, pareciera inconcebible la posición negativa de los Estados Unidos de América a que se refiere el profesor Abraham F. Lowenthal, en su reciente obra sobre los hechos ocurridos en Santo Domingo en el año de 1965. Son precisamente los hechos negativos, el enfoque negativo, de evitar otra Cuba, los que -como dice Lowenthal- han generado la serie de cálculos erróneos en la apreciación de las metas y de los objetivos de los países de la América, particularmente Panamá.

Panamá busca simple y llanamente la meta totalmente positiva de su pleno funcionamiento como Nación, del pleno desarrollo de su potencial latente, en lo político -para integrar un solo cuerpo político sano y vigoroso; en lo económico, para dar un verdadero impulso a una economía propia, basada en decisiones libres, encaminadas a lograr la plena utilización de todos nuestros recursos naturales; en lo social, para elevar el ínfimo nivel de indigencia en que ha vivido la gran mayoría de su pueblo; en lo cultural, para adaptar todas las nuevas técnicas educativas a fin de dar plena vigencia al genio creativo del panameño.

La nueva imagen busca su experiencia cumbre

Mientras existan limitaciones jurisdiccionales dentro del territorio panameño; mientras interfieran los bloques físicos, psicológicos, emocionales, esta Nación no podrá desenvolverse a plenitud, porque se ve cercada y carente de los medios y de los recursos para alcanzar las aspiraciones que encarna todo panameño, sin distingo alguno.

Si, como lo afirma la moderna psicología humanista, el hombre busca su pleno funcionamiento, la satisfacción de todas sus necesidades en una jerarquía de actualización que nace desde las más urgentes necesidades primarias de agua, aire, pan, albergue, trabajo, seguridad y protección; hasta las necesidades más altruistas y elevadas de bondad, belleza, individualidad, justicia, autosuficiencia, amor, propia estimación, etc.; es lógico, justo y completamente natural que Panamá como Nación también anhele la satisfacción de estas múltiples necesidades inherentes a la naturaleza humana.

Panamá, asimismo, simboliza su experiencia cumbre, aquella que ha de romper definitivamente los ligamentos que le impiden realizar todas sus aspiraciones, noblemente concebidas y firmemente buscadas.

La experiencia cumbre de Panamá se cristalizará cuando obtenga, de parte de los Estados Unidos de América, el entendimiento justo y generoso a que tiene legítimo derecho a aspirar. Un entendimiento que elimine de raíz, causas y efectos de conflicto entre las dos naciones, mediante la fijación común de una meta positiva, creativa, que permita en la letra y en el espíritu el libre y pleno funcionamiento de Panamá.

Imagen de Nixon en 1968

Si para las elecciones del año de 1968 se concibió una nueva y vital imagen del presidente Nixon; una imagen de cambio, de nuevas ideas, de imaginación, de acción positiva, de actitud creativa para la solución de problemas, los hechos se han encargado hasta cierto punto de darle alguna veracidad a esta nueva imagen.

No se trata aquí de una apología al presidente Nixon, sino simple y llanamente de un enfoque creativo de esta nueva imagen y de su natural e inevitable incidencia en las relaciones de Panamá con los Estados Unidos de América.

La realidad de los hechos revela claramente que Nixon, en ocasiones, ha puesto de manifiesto las características del hombre creativo: alto nivel de inteligencia, receptividad a la nueva experiencia, libertad de amarres inhibitorios, sensibilidad de las exigencias de los problemas, flexibilidad, independencia de pensamiento, energía creativa, dedicación al esfuerzo creativo y búsqueda de soluciones a los más serios problemas confrontados(11).

La inversión del proceso de la guerra en Vietnam indica la aplicación de una de las técnicas claves de la creatividad.

(11) *McKinnon, Donald W. 1962.*

La visita a la China de Mao, revela la mentalidad del hombre dispuesto a resolver problemas. La metáfora creativa de Nixon, al describir su visita a la China comunista como “la construcción de un puente sobre un abismo”, es válida.

La disposición para tomar medidas de control de precios en el ámbito económico, hasta ahora asociadas al Partido Demócrata, más bien que al tradicionalmente conservador Partido Republicano, etc., etc.

Todo lo anterior se conforma con una actitud mental positiva. No así la afirmación del profesor Lowenthal, en cuanto al enfoque totalmente negativo de los Estados Unidos de América en el Caribe, de evitar otra Cuba.

Si en realidad la nueva imagen de Nixon es creativa, positiva, debe necesariamente proyectarse en sus relaciones con Panamá; debe adaptarse a los mismos estímulos, a las motivaciones que él bien comprende y conoce, porque lo condujo de la frustración y fracaso terrible del año de 1960, a la superación creativa de 1972. Panamá también tiene derecho a su nueva imagen, una nueva imagen firmemente apoyada en sus legítimas aspiraciones y sus más caros anhelos.

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

- Eventualmente, la imagen de una persona o una cosa se incorpora a la realidad, pero jamás la precede.
- La verdad es que no existe nada tan práctico, progresista o próspero como la vida que se vive de acuerdo con el espíritu creativo.
- El hombre verdaderamente feliz es aquel que es capaz de ser feliz en cualquier sitio, porque es feliz consigo mismo.
- Cada nuevo día representa una oportunidad -sin importar la edad, sin importar el pasado- para iniciar un nuevo tren de ideas y de acción, que ha de resultar en una nueva experiencia en su vida.
- La mitad de las cosas que al comienzo salen mal, nos sorprenden saliendo bien al final.
- Todo lo bueno es creativo.
- El hombre creativo se explora a sí mismo a fin de no llamarse a engaño.
- El hombre creativo llega a conclusiones originales.

CAPÍTULO XV

IMAGEN CREATIVA DE PANAMÁ FRENTE A LOS ESTADOS UNIDOS

Lo que quiso expresar Tomás Jefferson cuando reclamó para todos el derecho de buscar la felicidad, no es otra cosa sino que cada persona y cada país tienen el derecho de elevar su potencial latente hasta el máximo de las posibilidades.

Robert F. Kennedy

Las implicaciones necesarias de la nueva imagen creativa de Panamá son de tal magnitud y trascendencia, que deben ser objeto de serio y cuidadoso estudio y consideración por parte de los Estados Unidos de América, porque de su comprensión y entendimiento dependerá, en gran parte, el éxito común que pueda lograrse en las negociaciones que han de rematar en un nuevo convenio que extinga las causas de conflicto entre las dos naciones, tal como lo acordaron los presidentes Chiari y Johnson, en 1964.

La nueva imagen de Panamá no es una imagen caprichosa y desorientada, sino que tiene estructuradas sus metas y objetivos en sólidas decisiones que orientan sus proyecciones futuras. Veamos:

Para Panamá, no existen reacciones negativas frente a posiciones negativas de los Estados Unidos de América. Panamá solo reacciona positivamente frente a los obstáculos que se interponen al logro de sus aspiraciones.

Esto constituye un postulado básico de la nueva imagen creativa de Panamá, porque es necesario distinguir claramente entre una

reacción negativa de Panamá frente a posturas y actitudes negativas de los Estados Unidos de América en la cuestión del Canal. Para Panamá, simplemente no existen reacciones negativas frente a posiciones negativas: esto sería oponer negatividad a negatividad, lo cual traería saldos totalmente negativos y destructivos. No iríamos a ninguna parte, excepto al desastre.

La trayectoria positiva, vertical, de Panamá es que como nación libre e independiente se ha fijado en forma creativa su propio destino, sus propias metas. Estas metas son las de alcanzar su total desenvolvimiento, el límite de sus posibilidades humanas y poder funcionar plenamente en lo político, en lo económico, en lo social y en lo cultural.

Desde este punto de vista creativo, a Panamá solo le es dable reaccionar frente a sus propias metas. Si vamos a permitir que nuestras reacciones estén determinadas por posiciones y actitudes negativas de los Estados Unidos, entonces desviaríamos totalmente nuestro camino para caer en un dilema sin soluciones ni alternativas positivas. He allí la vital importancia que reviste la coincidencia de metas como prerrequisito para un nuevo convenio justo y equitativo. Paradójicamente este debe ser, por igual, el punto de partida y de llegada de las negociaciones.

Lo que genera el descontento de Panamá es su imposibilidad para poder funcionar plenamente como República independiente

Este es el enfoque positivo de nuestro descontento, de nuestra disconformidad con los tratados actuales con los Estados Unidos de América.

Se trata, y es necesario recalcarlo, de un descontento constructivo, porque está motivado por un poderoso impulso hacia la altamente meritoria meta de alcanzar el máximo de sus posibilidades como Nación libre e independiente.

El primer reconocimiento que reclama Panamá de los Estados Unidos de América es el de la plena validez de nuestras aspiraciones, creativas, positivas.

Un planteamiento creativo de nuestro problema con los Estados Unidos de América

Dentro de estos postulados claros y precisos se impone la pregunta creativa que plantea francamente el problema:

¿Están los Estados Unidos de América dispuestos a cooperar con Panamá, para que este logre sus aspiraciones de pleno funcionamiento como Nación libre e independiente?

Solo mediante una respuesta afirmativa de los Estados Unidos de América pueden eliminarse las causas de conflicto existentes entre los dos países.

No existen términos medios, no existen compromisos ni transacciones porque nuestras caras y legítimas aspiraciones han sido y serán indeclinables.

Imagen creativa de Panamá reclama igual enfoque creativo de los Estados Unidos de América

Hasta el presente, la actitud positiva de Panamá se ha visto opuesta generalmente por una actitud negativa de los Estados Unidos, caracterizada por su rigidez, reacción, inflexibilidad, por el mantenimiento de un “statu quo”, en donde el “quo” ya hace tiempo que ha perdido su “statu”. Esto es trágico para una nación que pretende proyectar una imagen de justicia ante el mundo.

Las seis grandes oportunidades del presidente Richard Nixon en Panamá

Es indudable, y justo es reconocerlo, que Richard Nixon ha demostrado ser una persona altamente creativa. Luego, cabe señalar que en Panamá Nixon tiene una oportunidad excepcional para poner en práctica sus dotes y sus virtudes como hombre altamente creativo.

1. Si Nixon ha utilizado su independencia de pensamiento en sus relaciones con otros países, que también lo haga con Panamá. Que haga justicia sin temor a las presiones políticas y del Pentágono.
2. Si Nixon ha demostrado sensibilidad y flexibilidad frente a los problemas de otros países, que también lo haga con Panamá.
3. Si Nixon ha demostrado una concentrada dedicación al esfuerzo creativo, que lo ponga de manifiesto con Panamá.
4. Si Nixon ha demostrado adaptabilidad a las exigencias particulares de los problemas internacionales, que también lo demuestre con Panamá.
5. Si Nixon se ha caracterizado por su libertad en cuanto a bloques inhibitorios, ya es hora que imparta las directivas del caso para terminar con la tradicional actitud negativa de los Estados Unidos en sus relaciones con Panamá.
6. Si Nixon ha resultado incansable en la búsqueda de soluciones a los más serios problemas, que ponga en marcha con Panamá su gran capacidad para atacar y resolver problemas creativamente.

En Panamá, Richard Nixon tiene oportunidad excepcional para proyectar una nueva imagen de los Estados Unidos de América para toda la América Latina y el mundo entero.

Después de Vietnam y Santo Domingo, los Estados Unidos necesitan urgentemente proyectar una nueva imagen creativa de comprensión y de reconocimiento para con las naciones pequeñas.

No se trata aquí de una nueva imagen que entraña sacrificio alguno para los Estados Unidos, sino de una nueva imagen cuyos beneficios pueden ser incalculables para los Estados Unidos en el futuro.

Cualquier reconocimiento de derechos a Panamá sería altamente compensado por sus proyecciones beneficiosas en la América Latina y en el mundo entero.

El propósito de un nuevo Tratado justo y generoso con Panamá no sería el de renunciar a derechos en la Zona del Canal, sino el mucho más importante de crear una nueva imagen de los Estados Unidos en la América Latina y en el mundo entero. Esto debe ser el nuevo enfoque positivo.

Este nuevo tratado encaja perfectamente dentro de la mentalidad altamente creativa de Nixon.

La negatividad del representante Murphy, incapaz para provocar reacción de Panamá

Es a todas luces evidente que el representante Murphy, de los Estados Unidos, ha iniciado un proceso negativo, tendiente a extraer reacciones igualmente negativas de Panamá.

Ya se ha visto -y Murphy debe entenderlo así- que Panamá solo reacciona positivamente frente a sus propios ideales, sus propias

aspiraciones, y que las maquinaciones insidiosas de Murphy jamás podrán desviarla de su justo sendero. El proceso negativo de Murphy inexorablemente rematará con él mismo, con su inevitable fracaso.

El mayor triunfo de los Estados Unidos en Panamá

El mayor triunfo de los Estados Unidos en Panamá sería acceder a todas, absolutamente todas, las peticiones de Panamá en las actuales negociaciones. Jamás recibiría los Estados Unidos tanto en prestigio y en reconocimiento de parte de la América Latina y el mundo entero. Hasta por egoísmo debería actuar en esta forma.

Sería renunciar lo poco, por lo mucho

Esto no sería pedir mucho porque nuestras actuales peticiones ya han sido depuradas por la intensa y tenaz resistencia de los negociadores norteamericanos. Se estaría transando por aspiraciones mínimas.

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

- Un hombre alcanza la felicidad cuando descubre su propio sendero en la vida.
- Pensar creativamente, con base en ideas nuevas que estimulan, es la causa de felicidad.
- El estado de satisfacción y de felicidad es su estado normal creativo.
- Creatividad significa una renovación espiritual constante.
- Usted es feliz cuando su pensamiento es agradable la mayor parte del tiempo.

CAPÍTULO XVI

CREATIVIDAD PARA RESOLVER EL PROBLEMA DEL CANAL

*Solo la creatividad puede crear nuevas soluciones
y descubrir nuevas alternativas.*

Rudolph Flesch

*Si el hombre ha sido creado en la imagen de Dios, creatividad
debe ser esta imagen.*

John D. Yeck

Las siete etapas fundamentales en toda negociación

Toda negociación internacional, particularmente las negociaciones que entrañan problemas de cierta complejidad e importancia, está integrada por siete etapas separadas y distintas que describen el arcoíris del proceso completo.

Entusiasmo y euforia

La primera etapa siempre es de entusiasmo por el inicio de las negociaciones. En esta primera fase prima la esperanza y la fe del éxito último que pueda lograrse. Las partes confían en que posiblemente alcanzarán sus objetivos previamente fijados.

Expectativa

La segunda etapa es de expectativa, de suspenso. Se aguardan ansiosamente las reacciones y contrarreacciones a los pliegos de posiciones y contraposiciones. Estas dos primeramente alcanzarán sus objetivos previamente fijados. Reina el optimismo.

Frustración

La tercera etapa surge cuando se vician las esperanzas o, por lo menos, se reduce apreciablemente el entusiasmo y la expectativa que había dominado anteriormente. Se trata aquí de una etapa de impotencia y de incapacidad para resolver los problemas que gradualmente se van intensificando. Las partes se sienten frustradas ante la imposibilidad de poder alcanzar las metas y los objetivos tan cuidadosamente planeados. Esta tercera etapa se caracteriza por su aspecto negativo. Es aquí donde es preciso recurrir a las técnicas de creatividad para romper el “*impasse*”.

Renacimiento del interés

En esta cuarta etapa comienza a renacer el interés y la esperanza de las partes. Se inicia un nuevo y vigoroso esfuerzo por romper el círculo vicioso en que han caído las negociaciones.

Surgen nuevos obstáculos

Frente al renacimiento de esperanza surgen nuevos obstáculos que se interponen en el camino hacia la solución del problema o de los problemas confrontados. En esta etapa parecen fenecer nuevamente los esfuerzos por lograr realizaciones tangibles. Es una especie de repetición del ciclo negativo.

Surgen nuevas esperanzas

Aquí vuelven a renacer las esperanzas de llegar a un entendimiento. La fe se renueva e impulsa a las partes a buscar finalmente un sendero que pueda conducir a una meta común, producto final de las contraposiciones.

La consumación final

Esta séptima y última etapa es la de la consumación final de la negociación, donde se llega definitivamente a un arreglo o un entendimiento entre partes negociadoras. Este es el fin de la jornada. Generalmente esta última etapa se alcanza mediante soluciones nuevas, originales, que incorporan en forma positiva y creativa las disidencias de las partes.

Creatividad para abrirnos paso

Solo las técnicas de creatividad ofrecen nuevas soluciones y nuevas alternativas para superar las etapas negativas de frustración, donde nace el impasse, de los nuevos impedimentos y obstáculos, y llegar a la consumación final.

Ello es así porque la creatividad se define como la actitud positiva en acción, y esta es la única que puede realmente dominar a las actitudes críticas negativas que prevalecen en las etapas de frustración y de obstáculos que deben salvarse.

Un ejercicio de sinéctica creativa

En vías de ejemplo, de lo mucho que puede significar el pensamiento creativo -eficientemente ejercitado- para crear un nuevo enfoque que sirva de vehículo a la solución última del problema, vamos a dar la tónica de la fórmula de la sinéctica creativa aplicada al problema de las actuales negociaciones de Panamá con los Estados Unidos de América.

Esta fórmula, que ha sido sometida a toda clase de pruebas, es la siguiente: *Metáfora x Paradoja x Factor Clave*.

La sesión creativa se inicia mediante una excursión imaginativa para atrapar una analogía metafórica aplicable al problema que se trata de resolver. El problema aquí es el de lograr un nuevo enfoque del problema del Canal.

Metáfora: Punto de partida

Luego de estudiar y considerar infinidad de metáforas aplicables directa o indirectamente al problema planteado, logramos una metáfora que satisface las exigencias del caso, así: El Canal es como una mina o recurso natural cualquiera en suelo panameño, que los Estados Unidos de América tienen interés en explotar.

Como punto de partida en la fórmula sinéctica tenemos la metáfora de la mina que se quiere explotar.

Paradoja: Fondo real

Se estudia a renglón seguido una gran cantidad de paradojas que tengan fondo verídico y trascendente para el problema bajo estudio. Finalmente, se logra una gran paradoja aplicable al caso, cual es: que Estados Unidos de América sale ganando al dar. Paradójicamente es muy cierto, muy real.

La gran verdad es que si Estados Unidos de América reconoce la validez de esta paradoja, substituye y reemplaza la actual situación de conflicto, de tensión, de intranquilidad, de desasosiego, de inseguridad, de inestabilidad, por una de verdadero mérito positivo, de seguridad, de estabilidad, de imagen positiva internacional, de buenas relaciones, de mutuo beneficio, de confianza.

El factor clave

Entramos así a considerar la última parte de la fórmula de sinéctica creativa, la del factor clave en el problema.

Sin mayor esfuerzo se llega a la conclusión de que el factor clave del problema planteado es el de la plena jurisdicción en la Zona del Canal, y el de la soberanía efectiva dentro de dicha Zona. Son estos los dos factores claves que se hace imprescindible extinguir antes de poder solucionar a fondo el problema, mediante un nuevo enfoque del mismo.

Estructurando y armando la solución obtenida mediante la sinéctica creativa

Que si los Estados Unidos tiene interés en un nuevo Canal, que Panamá otorgue mediante convenio derechos de exploración y explotación, sin tocar en lo más mínimo los derechos soberanos y jurisdiccionales de Panamá. Esta simple premisa es fundamental.

Comentarios finales

Cabe indicar que la solución creada en este ejercicio de sinéctica creativa sí sería una solución permanente al problema. Cualquiera otra solución tiene por fuerza que ser transitoria. Si los Estados Unidos eventualmente tendrán que reducir su posición a la de un simple concesionario de una mina o de cualquier otro recurso natural de Panamá, por qué no ahora. La dilación solo recrudece el problema.

El problema de seguridad del Canal de Panamá puede resolverse como se resuelven los problemas de seguridad de concesiones mineras de alto valor, mediante reglas severas y estrictas de seguridad adoptadas de común acuerdo entre Panamá y el concesionario. Esto es perfectamente factible y constituiría un nuevo enfoque del problema.

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

- La preocupación es el desperdicio más grande de energía mental que ha sufrido el hombre.
- La preocupación jamás ha resuelto ningún problema. Es solo un bloque, una barrera mental.
- La trilogía invencible del éxito es ambición, meta y entusiasmo.
- Piense que usted es una persona capaz de adoptar decisiones acertadas, porque en realidad lo es.
- Una vez tomada una decisión importante, utilice su pensamiento creativo hasta lograr el objetivo fijado.
- Los problemas son para ser resueltos, no para contemplarlos.
- Usted no puede eliminar ninguna actitud negativa hasta tanto se decida a hacerlo.
- Las grandes ideas no le vienen a los pesimistas.
- Un problema se agiganta y adquiere poder inusitado cuando usted se dedica a contemplarlo, no a resolverlo.
- Hay que tener fe en el poder creativo que el mundo identifica con Dios.
- Elimine para siempre sus malos recuerdos y malas experiencias.
- Dedíquese a pensar positiva y creativamente en el futuro.
- Para acabar con su frustración comience a decirse “Sí” a usted mismo. Así afirma y confirma su creatividad.
- Los problemas generalmente no nos vienen, son creados por nosotros.
- La preocupación, la ansiedad, le cierran completamente el paso a la vida constructiva.

CAPÍTULO XVII

ALTO A LA NEGATIVIDAD

Lo negativo no radica en juzgar y evaluar, sino en prejuzgar y en criticar oficiosa y prematuramente.

Es absolutamente imperativo darle a toda solución creativa, oportunidad para sobrevivir y prosperar.

**Donald W. MacKinnon,
Profesor Emeritus de la
Universidad de California,
Berkely**

Solución creativa al problema del Canal: El problema tal como fue planteado anteriormente buscaba un nuevo y distinto enfoque al problema del Canal.

Se aplicó la técnica moderna de la sinéctica creativa, que corre casi paralela a la tecnología de los computadores electrónicos, pero un tanto más avanzada. La fórmula utilizada fue la de Metáfora \times Paradoja \times Factor Clave, que ha resistido toda clase de pruebas frente a infinidad de problemas complejos.

La solución obtenida, cuya bondad y mérito intrínseco resulta a todas luces inobjetable, fue la siguiente:

-Que se otorgue mediante convenio la explotación del actual Canal de Panamá a los EE.UU., sin tocar en lo más mínimo los derechos soberanos y jurisdiccionales de Panamá.

-Que si los Estados Unidos tienen interés en un nuevo Canal a nivel, que se otorguen mediante convenio derechos de exploración, sin

tocar en lo más mínimo los derechos soberanos y jurisdiccionales de Panamá. Posteriormente podría acordarse la explotación.

-Que los problemas de seguridad del Canal pueden resolverse como se resuelven los problemas de seguridad de concesiones mineras de alto valor, mediante reglas severas y estrictas, adoptadas de común acuerdo entre Panamá y los concesionarios. Para resolver el problema no puede negociarse sobre un pasado negativo.

Solución permanente al problema

Como se dijo, esta solución al problema constituye en realidad una solución permanente al problema; cualquiera otra solución sería forzosamente una solución transitoria, que en los tiempos actuales, cuando experimentamos una invasión prematura del futuro, vendría a ser una solución prácticamente momentánea.

Un nuevo convenio o tratado que hace 10 años hubiera podido tener una expectativa de vida de 50 años, hoy quedaría limitado a no más de cinco años. Tal es el cambio y transformación vertiginosa que experimentamos.

Realmente, las soluciones transitorias no merecen la pena en los tiempos actuales. Este tipo de solución, en lugar de resolver problemas, los multiplican.

Alto a la negatividad

Cabe aquí advertir seriamente que este nuevo enfoque no puede evaluarse con patrones negativos de antaño, los cuales deben recibir un alto terminante y definitivo. Antes de fenecerlos formalmente, vamos -único modo de advertencia y no reconocimiento- a exponer algunas de estas frases tradicionales que acaban con toda solución creativa, reforzando y consolidando los ya obsoletos patrones negativos de antaño. Debemos leerlos por última vez.

A continuación enumeramos posibles reacciones negativas a la solución planteada al problema del Canal.

Podríamos aprovecharlas haciendo un ejercicio de creatividad, apuntando con un lápiz todas aquellas con las cuales estaríamos inclinados a identificarnos. Hagamos la prueba de nuestra negatividad, para conocerla y corregirla.

- No hay que ser ilusos...
- Hay que ser realistas, señores....
- Es demasiado tarde para eso . . .
- Esto no trabaja ...
- Jamás lo hemos planteado así...
- No resultará, estoy seguro...
- No hay tiempo que perder en eso...
- Es prematura la idea ...
- Sí, pero ...
- Jamás hemos enfocado el problema así ...
- Suena bien, y nada más ...
- Esperemos primero a ver cómo nos va ...
- ¿Podríamos venderles esa idea? ...
- Pensémoslo por algún tiempo más.
- Ya tenemos demasiados proyectos.
- Busquemos mayor información primero ...
- Quien concibió esa solución no entiende el problema ...
- Somos demasiado pequeños para eso...
- Eso está bueno en el tablero, en teoría, pero no en la práctica...
- Es demasiado académico ...
- Alguien hubiera sugerido eso antes si tuviera mérito...
- Aún no estamos listos para eso ...

Estamos absolutamente seguros de que el índice de negatividad de algunos de nuestros estimados conciudadanos ha resultado alarmante. Pero estamos igualmente convencidos de que en nuestro

medio existen infinidad de personas con mentes ágiles y creativas, capaces de captar en todo su valor esta solución permanente de nuestro problema del Canal.

Conclusiones

Mirando con fe el futuro de nuestra Patria, en la entera confianza de la validez de nuestra meta última, como es la de que Panamá pueda funcionar plenamente como Nación libre e independiente en lo político, en lo económico, en lo psicológico, en lo cultural, en lo social, nada tenemos que temer a reacciones negativas. Somos inmunes.

Hay que recordar que el mismo fuego que derrite la mantequilla, endurece al huevo. Siempre para adelante.

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

- Con la creatividad usted aprende a desarrollar las características del hombre creativo.
- Con la creatividad crea las condiciones fundamentales para ser un verdadero líder, en lugar de ser uno más del montón.
- A través de la creatividad usted descubre todo lo que es realmente trascendente y vital en su vida.
- Con el pensamiento creativo usted aumenta su capacidad para gozar la vida, para experimentar mayor felicidad y para vivir en paz.
- Con la creatividad aprende un nuevo vocabulario, el vocabulario de hombre positivo, creativo.
- Se necesita una nueva idea central, una idea posible, poderosa y creativa, de la cual dependan sus ideas menos importantes.
- Recuerde que usted es la persona indicada, en el lugar indicado, para crear un nuevo mundo que le satisfaga plenamente.
- Toda persona de éxito ha tenido una mente capaz de adoptar decisiones importantes.

- El fracaso es el negativo del éxito. Es el resultado de patrones y actitudes negativas.
- La indecisión es la decisión de fracasar.
- El pensamiento creativo jamás puede ser derrotado, siempre saldrá airoso.
- La manera de salirse de problemas es una manera de penetrar su mente. La solución no está en los hechos, sino en las ideas.
- El progreso ocurre cuando surgen líderes con nuevas ideas.
- El hombre creativo de la nueva era es aquel que se encuentra dispuesto a cambiar constantemente, a liberarse del pasado y del presente, y a pensar en términos del futuro.
- Dios distingue al hombre creativo.
- El peor error en el que usted puede incurrir es el de permitir que sus problemas arruinen sus pensamientos creativos.
- Las ideas creativas no pueden surgir en mentes negativas, amargadas, en estados depresivos y de tristeza.
- El pensamiento creativo, positivo, ejercido día tras día, invariablemente produce buenos resultados.
- La oración, la reflexión y la meditación han salido de lo nebuloso para entrar en el campo científico de la creatividad.
- El resentimiento es la peor calamidad que le puede ocurrir a una persona.
- El pensamiento creativo es la mejor cura espiritual.

CAPÍTULO XVIII

LAS PERSONAS NEGATIVAS MENOSPRECIAN SUS PROPIAS IDEAS

*La creatividad ha venido recibiendo mucha atención
últimamente y ello obedece a que toda persona que
realmente desea tener éxito tiene que aprender
a resolver problemas creativamente.
No existe otro camino.*

John D. Yeck

La crítica interna

En las sesiones de promoción de ideas, sesiones creativas de “*brainstorming*”, se produce un interesante fenómeno respecto a la crítica interna que experimentan los participantes. Esta crítica interna revela una actitud muy generalizada de menosprecio por nuestras propias ideas. Es una especie de falta de confianza en nuestra capacidad para generar ideas útiles que puedan servir de medio efectivo a la solución de problemas.

Algunos ejemplos servirán de ilustración al punto que se quiere destacar.

Un caso concreto. La pregunta creativa.

¿Cuál es el corazón del problema entre Panamá y los Estados Unidos de América?

Si la sesión creativa tiene como objetivo aproximarse hasta el problema entre Panamá y los Estados Unidos de América en cuanto al Canal, podría fácilmente surgir la idea original que simbolizara

el problema así: Que el corazón del problema está en el corazón de Panamá.

Esta doble metáfora tiene la virtualidad de llegar al fondo mismo de la situación existente. Panamá anhela desesperadamente poder funcionar a plenitud como Nación libre e independiente, en todos los posibles aspectos: en lo simbólico, en lo psicológico, en lo espiritual, en lo económico, en lo social, en lo cultural, en lo internacional, etc.

Si esta doble metáfora llega a lo medular del problema, bien podría plantearse la pregunta creativa tendiente a lograr ideas originales múltiples, que llevarán la imagen vívida de este lema a la conciencia de los Estados Unidos. Esta pregunta creativa estaría concebida más o menos en los términos siguientes:

¿Cómo, en qué forma, de qué modo, podríamos llevar al ánimo de los Estados Unidos que el corazón del problema con Panamá está en el corazón mismo de Panamá? Sin duda alguna una gran cantidad de ideas se sugieren a sí mismas, tales como: Panamá desea crear ante el mundo una imagen de Nación verdaderamente libre, en busca de sus altos destinos; lo que más fervientemente desea Panamá es su plena y total soberanía en la Zona del Canal, y su plena jurisdicción en todo el territorio de la Zona del Canal; no existe nada que Panamá lleve más cerca de su corazón que el problema de la Zona del Canal; que cada panameño proyecta su ego sobre su propia Nación; que el patriotismo transmuta el desprendimiento individual por un egoísmo nacional muy justificado; que en su proceso, Panamá ha pasado de la esperanza, a la fe, a la convicción y a la aceptación de una solución única que satisfaga plenamente sus aspiraciones como Nación libre e independiente; que el transcurso de tiempo solo profundiza los efectos y agrava las pasiones; que el problema del Canal no puede resolverse mirando hacia atrás, sino hacia el legítimo futuro de Panamá; que ninguna solución a medias es solución adecuada para el problema; que los Estados Unidos no pueden interponer bloques y obstáculos al futuro inevitable de Panamá; que Panamá lo que busca

es el rescate de su dignidad, de su integridad, de la actualización de todo su potencial, todos los derechos inalienables del hombre.

Todas estas ideas son magníficas y de un gran mérito para llevar al ánimo de los Estados Unidos cuál es el corazón del problema, que está precisamente radicado y ubicado en el corazón mismo de los panameños.

Sin embargo, la crítica interna se produce cuando menospreciamos nuestras propias ideas, de la manera que a renglón seguido exponemos:

Cuando la idea que se expone va precedida de una especie de apología y duda en cuanto a su mérito. Por ejemplo, si antes de exponer nuestra idea expresamos frases negativas como las siguientes:

- A lo mejor esta idea no se aplica al caso...
- Quizás esto no resulta...
- A lo mejor este enfoque es absurdo, pero...
- No está bien claro en mi mente que esto sea lo indicado, pero...
- A lo mejor esta idea resulta un callejón sin salida...
- Ocasionaría daño si...
- Considerarían ustedes posible que...
- Esta idea puede sonar un poco fuera de lugar, pero...
- Ustedes a lo mejor tienen también ideas al respecto, pero ...
- A ustedes puede que no les guste esta idea, pero...
- Esto a lo mejor resulta contrario a lo establecido, pero ...
- La idea no tiene valor, pero ...
- Seguramente que ustedes tendrán ideas mucho mejores, pero ...
- No estoy muy familiarizado con esta cuestión, pero...
- Ignoro lo que dicen las autoridades al respecto, pero...
- Esto no viene exactamente al caso, pero ...
- Yo no he pensado bien esto, pero ...
- Ustedes posiblemente se reirán de esto, pero ...

- Mi opinión puede que no valga mucho, pero ...
- No soy ningún genio creativo, pero...
- A lo mejor la idea no pueda venderse, pero...
- Yo mismo no estoy muy entusiasmado con la idea, pero ...
- Puede que no sea importante, pero ...
- Esto habría que elaborarlo más, pero...
- Si ustedes toman la palabra de un neófito ...
- No estoy compenetrado de todas las complejidades del problema, pero...
- Fulano y Sutano no comparten mi opinión, pero.. .
- Comprendo que esto no resuelve el problema, pero...
- Aquí tiene una idea mía en bruto, que pueden atacar a gusto y con toda confianza ...
- La verdad es que no soy ninguna autoridad en la materia, pero...
- Hay muchos que entienden más de este asunto que yo, pero ...

Recomendaciones generales

A propósito, uno de los fines básicos de los seminarios de creatividad y de solución creativa de problemas es desarrollar confianza en nosotros mismos y en nuestras ideas. Tenemos un potencial casi ilimitado que no hemos podido desarrollar por desconocer la técnica que hoy día se ha demostrado experimentalmente en los centros de investigaciones más avanzados. Desgraciadamente solo utilizamos un cinco por ciento de nuestro legítimo potencial. En realidad, podemos hacernos diez veces más efectivos en la solución de problemas.

Esta actitud negativa generalizada y arraigada de menospreciar nuestras propias ideas y de presentarlas tímidamente tiene por fuerza que incidir en nuestra negatividad y conducirnos fácilmente a la frustración. Las técnicas de creatividad desechan, de raíz, tales actitudes negativas y a todo participante seminarista que presente una idea con una de las introducciones negativas que hemos visto arriba, se le llama la atención la primera vez y se le excluye del

salón de sesiones creativas si reincide, por el efecto nocivo que tiene para todos los demás participantes de estas sesiones típicamente creativas.

También la crítica externa resulta igualmente dañina porque inhibe totalmente el pensamiento creativo y nos torna estériles e incapaces.

Es por este motivo que el “*brainstorming*” o técnica para la promoción de ideas realizada, con exclusión de la crítica interna y externa, constituye una herramienta práctica, potente y productiva para generar ideas que nos conduzcan a la mejor solución de problemas.

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

- A usted le tocó decidir; al poder creativo, actuar e implementar.
- El poder creativo es vida en la mente.
- Son muy pocas las personas que piensan en abstracto como para crear nuevas ideas en sus mentes.
- Debemos siempre mantenernos mental y emocionalmente flexibles.
- Las personas más felices y contentas son aquellas que cada día logran funcionar plenamente, de conformidad con su máxima capacidad.
- Felicidad quiere decir que usted utiliza su imaginación creativamente.
- La creatividad definitivamente estimula su capacidad para ser feliz.
- Las malas experiencias que ha tenido hasta ahora obedecen a que usted no ha estado utilizando su poder creativo o ha estado malgastándolo.
- La única parte de su pasado que debe recordar son aquellos momentos de triunfo y de gloria.

- La frustración es un síntoma. Es una alarma de que existe en su mente un patrón destructivo que debe ser reemplazado por otro creativo y constructivo.
- Para motivarnos hacia el éxito tenemos que estar espiritualmente motivados.
- Cuando usted se dedica a cavilar sobre un problema está usando su poder creativo en forma destructiva. Pero cuando comienza a pensar en la solución, usted sale de la desesperación y entra en la esperanza, que es positiva y creativa.
- Cuando logra actuar creativamente en todas sus actividades e intereses cotidianos, ha conquistado el aburrimiento.
- La solución de un problema existe antes de que surja el problema.
- Nuestra misión es descubrirla, y para ello no podemos prescindir de la creatividad.
- La decisión nos abre las puertas hacia las nuevas ideas porque el pensamiento creativo se inicia siempre con una decisión.
- Cambie radicalmente sus expectativas. Anticipe lo que desea, no lo que teme que ocurra. Este es el enfoque positivo de la vida.
- Se sorprenderá cuán rápido se disipan sus problemas cuando cambia su enfoque de la vida.
- Es fácil reconocer al hombre que tiene un objetivo definido en la vida. Hay algo magnético y atrayente que lo separa de los demás.
- Pregúntese todas las noches si ha hecho todo lo humanamente posible para aproximarse a su objetivo final.
- A medida que mejora en su actitud creativa, su influencia en los demás aumenta.

CAPÍTULO XIX

DESARROLLO DE LA SOLUCIÓN DEL PROBLEMA DEL CANAL

Creatividad, el pensamiento constructivo constante, es el poder más grande conocido y el más efectivo.

Ernest Holmes

En desarrollo de una solución

Tomando como base el planteamiento que se ha hecho del problema del Canal, surge la pregunta creativa siguiente:

¿Cómo, en qué forma, de qué modo, podrían adelantarse las negociaciones sobre la base de un convenio de explotación del Canal actual y de exploración para un Canal a Nivel, que no afecte en lo más mínimo la soberanía ni la jurisdicción de Panamá?

Este planteamiento, que involucra una solución permanente al problema existente de la Zona del Canal, se considera ahora desde el punto de vista de su posible adopción o implementación final.

Con este objeto podríamos celebrar una sesión de promoción de ideas o “*brainstorming*”, tendiente a descubrir ideas múltiples que puedan conducirnos hacia la meta final.

El juicio diferido dentro de las técnicas de creatividad significa que el juicio crítico queda totalmente excluido, y solo se permiten ideas positivas que puedan llevar a la mente de los negociadores norteamericanos la bondad y virtud de este planteamiento.

Además de las ideas aquí expresadas, se puede usar lápiz y papel para tomar todas aquellas ideas que vienen a su mente para robustecer dicha posición.

IDEAS

- Que para Panamá esta solución es el resultado de una convicción íntima de que es la única solución permanente posible.
- Que esta solución representa incalculables beneficios para los Estados Unidos de América, beneficios permanentes y no transitorios como serían los de cualquier otro tipo de convenio.
- Que la actual situación de la Zona del Canal representa para los Estados Unidos de América el mantenimiento de un *STATU QUO*, en donde el *QUO* hace tiempo, muchísimo tiempo, que ha dejado de tener *STATU*.
- Que Panamá no puede postergar su pleno y total funcionamiento como Nación libre e independiente.
- Que la posición de Panamá tiene el respaldo total y absoluto de todos los países de la América y del mundo.
- Que cualquiera otra solución que se diera al problema mantendría latente las causas de conflicto entre los dos países, con probabilidades de agravarlas.
- Que la única alternativa posible para los Estados Unidos de América es asumir una posición cónsona con las aspiraciones básicas de Panamá, de pleno funcionamiento como Nación libre e independiente.
- Que el mantenimiento de la situación recrudece cada día la tirantez y causas de conflicto entre los dos países.
- Que cualquiera otra solución que se dé al problema es ilusoria e insostenible.
- Que con esta solución, Estados Unidos de América contribuye a poner armonía donde hoy solo hay discordia.
- Que con esta solución se reemplaza la desconfianza por la fe.

- Que esta solución ofrece esperanza donde hoy solo reina la desesperación.
- Que este es el único medio para que donde hoy hay oscuridad, se imponga la luz.
- Que este nuevo enfoque sustituye el conflicto por la paz y la armonía.
- Que las situaciones potencialmente explosivas se transmutan por tranquilidad y por la calma.
- Que el resentimiento que hoy impera se convierte en reconocimiento.
- Que donde hoy media inseguridad, viene a primar la cordialidad.
- Que donde hoy solo existen graves problemas, surgen soluciones verdaderas y permanentes.
- Que al extinguir las causas de conflicto entre los dos países, se abre el ancho camino hacia un amplio y noble entendimiento.
- Que la solución planteada constituye una solución creativa, positiva, para ambos países porque ambos salen airoso.

¿Cuál es el significado último de esta solución creativa al problema del Canal?

Todas las soluciones realmente creativas tienen la particular virtud de que, a medida que transcurre el tiempo, se tornan cada vez más meritorias, más persuasivas, más dignas de consideración y de respeto.

La razón de ello es que este tipo de solución representa una constante revelación, una iniciativa que tiene el don de repetirse cada vez con mayor fuerza y poder, una solución que nos ofrece un sentido de verdadera realización y un asombro constante por su gran significado y mérito.

El nervio vital de la posición de Panamá

Para resumir y sintetizar la nueva posición estructural de Panamá frente al problema del Canal y la Zona del Canal, cabe ahora proceder a una recapitulación de lo expresado, así:

* La meta básica de Panamá es poder funcionar plenamente como Nación libre e independiente, en lo político, en lo simbólico, en lo económico, en lo psicológico, en lo social, en lo cultural, en lo internacional, etc., lo cual resulta imposible mientras los Estados Unidos de América mantengan en la Zona del Canal un “*STATU QUO*”, en donde hace muchísimo tiempo el “*QUO*” dejó de tener “*STATU*”.

* Esta meta básica de Panamá está predicada sobre el derecho inalienable de todo país para elevar su potencial latente hasta el máximo de sus posibilidades.

* Que el firme propósito de Panamá no es modificar, enmendar, aliviar, reducir, soslayar, evadir, mediante un nuevo Tratado, las divergencias existentes, sino extinguir radicalmente, de una vez por todas, las verdaderas causas de conflicto entre los países.

* Que ningún compromiso, transacción, entendimiento, *modus operandi*, que no llegue a extinguir las causas de conflicto entre los dos países, puede ofrecer una solución permanente.

* Que para poder extinguir las causas de conflicto entre los dos países es preciso que ambas naciones se concentren positiva y creativamente en las soluciones nuevas permanentes al problema y no en forma negativa en el problema mismo, como ha venido haciendo los Estados Unidos de América.

* Que ninguna solución puede ser permanente mientras no ataque y resuelva directa y frontalmente el factor clave del problema, cual es la efectiva soberanía y plena jurisdicción de Panamá sobre la Zona del Canal. La solución de este factor clave tiene forzosamente que constituir la condición *SINE QUA NON*, la precondition indispensable de cualquier nuevo tratado o acuerdo.

Debemos mantener siempre presente que el primer paso en toda solución creativa de un problema es reconocerlo, para luego atacarlo.

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

- A usted le toca fijar sus metas y la creatividad se encarga de enseñar cómo, en qué forma, de qué modo puede alcanzarlas.
- El pensamiento creativo nos paga grandes dividendos en lo físico, en lo económico, en lo social, en lo intelectual y en lo espiritual.
- La dificultad que encontramos en la práctica de la creatividad consiste en que toda nuestra existencia, hasta el presente, se ha opuesto a ella.
- Afirmar que otras personas son la causa de nuestros problemas es sencillamente proclamar nuestra propia ignorancia.
- La creatividad consiste en dirigir nuestra mente hacia adelante. La dificultad que experimentamos al mirar hacia adelante se debe a que la educación tradicional y la experiencia siempre han hecho énfasis en pensar hacia atrás.
- La creatividad es un proceso. Cuando usted desarrolla este poder se convierte en un hombre de múltiples recursos.
- La pregunta evocativa es el puente entre el análisis y la analogía.
- Usted tiene que fijar sus metas y luchar por su propio destino, pero la creatividad le enseña cómo, en qué forma, de qué modo, puede lograrlo.

- Es necesario vivir con fe, pero primero hay que aprender, cómo se adquiere la fe.
- Debemos aprender a vivir afirmativamente. Este es el secreto del éxito: usar el poder creativo afirmativamente.
- La felicidad nace de la manera como uno piensa, y nada tiene que ver con ningún factor externo.
- Todo el proceso creativo se encuentra en su mente y en su corazón, y solo aguarda su reconocimiento.
- Para quien quiere tener éxito solo existe una técnica que vale la pena aprenderse: la técnica de resolver nuevos problemas con nuevas ideas.
- La persona resentida se encuentra todavía en el “*kindergarden*” emocional.
- La creatividad le da una calurosa acogida a las nuevas ideas, a las nuevas actitudes y a los nuevos horizontes del pensamiento.
- La mejor garantía y protección contra los ruinosos efectos del pensamiento negativo y destructivo es la creatividad.
- Solo la creatividad puede facilitarnos el libre acceso a la solución creativa de problemas.
- Solo la creatividad puede enseñarle a pensar cinco veces más que los demás.

A pensar en una nueva dimensión.

¿Cómo adquirir las características del hombre creativo?

CAPÍTULO XX

EL RETO DE LA CREATIVIDAD

Mi característica principal es que no soy un hombre de promesas, sino de realizaciones. Este es mi punto fuerte.

Richard N. Nixon

Un “impasse” puede romperse cuando se confronta un punto de vista del problema con otro, desde un ángulo distinto.

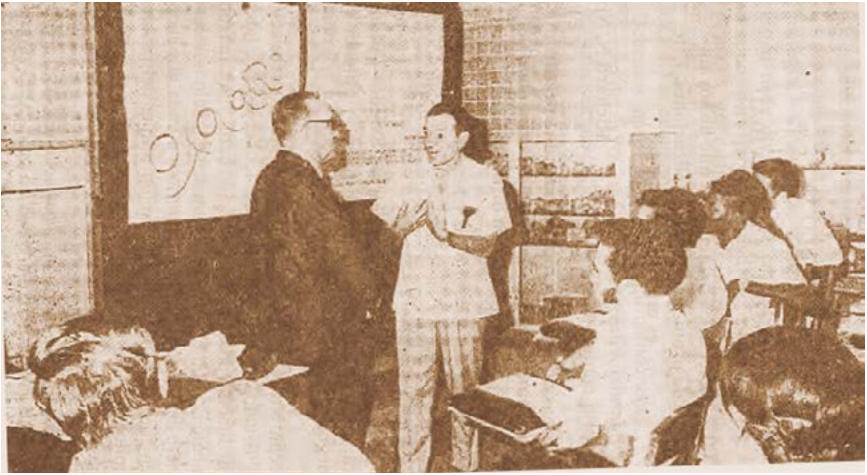
Arthur Keostler

Nuevo punto de vista

Paradoja de nuestras relaciones con los Estados Unidos de América. Que ambos países puedan ganar y obtener éxito en las negociaciones.

Un concepto básico del reto creativo de Panamá en sus relaciones con los Estados Unidos de América, concepto que merece honda meditación por parte de esa nación es que Panamá rehúsa francamente aceptar el problema, para aceptar solo la solución. Esto quiere decir que Panamá concentra su mirada, sus energías todas, en forma positiva en la solución última del problema. Esto implica un cambio radical de enfoque, un nuevo punto de vista constructivo.

Este nuevo punto de vista armoniza perfectamente con el criterio del presidente Richard Nixon, quien no cree en las promesas, sino en las realizaciones, es decir, en soluciones prácticas y efectivas.



Conferencia de creatividad en el Departamento de Anatomía Humana, Facultad de Medicina de la Universidad de Panamá, a cargo del eminente y reputado anatomista internacional Dr. Antonio F. Pirro.

Una buena definición del problema.

Extinguir las causas de conflicto entre los dos países.

En las técnicas para el ataque y solución creativa de problemas, lo fundamental es lograr una buena definición del problema. Es este el único posible punto de partida hacia la solución del problema en forma creativa.

Esta etapa crucial fue rebasada en el problema de Panamá con los Estados Unidos de América cuando -después de los hechos ocurridos en enero de 1964- los presidentes Chiari y Johnson “acordaron extinguir mediante un nuevo Tratado, las causas de conflicto entre los dos países”.

Hay que aclarar que causas no son otra cosa que hechos cuyo origen es imputable, en este caso, a los Estados Unidos de América, relacionados todos con las limitaciones jurisdiccionales que Panamá sufre en la Zona del Canal, y cuya extinción es -según la definición

acordada en 1964- el primordial fin del nuevo tratado. Esta definición impartió un nuevo rumbo a las negociaciones.

Los hechos que subsisten en la Zona del Canal impiden que Panamá pueda funcionar plenamente como nación libre e independiente:

El reto creativo de Panamá está conformado por una serie de proposiciones constructivas y positivas.

-Que lo que Panamá puede ser, debe ser.

-Que para Panamá el futuro no existe en la distancia, sino que existe ahora en forma de aspiraciones, de ideales, de esperanzas, de realizaciones, de metas, de potencial latente no utilizado, de destino y de misión.

-Que cada panameño se siente en lo más íntimo parte inseparable de este noble ideal patriótico.

-Que Panamá necesita con carácter urgente e impostergable su pleno funcionamiento como nación libre e independiente, para poder atacar y resolver de manera creativa los problemas del desarrollo, del crecimiento.

-Que Panamá no puede resistirse a este flujo de progreso, porque con ello invitaría frustración y fracaso como nación.

-Que los bloques y obstáculos jurisdiccionales cierran el paso a Panamá para funcionar plenamente en lo político, en lo cultural.

¿Resistencia o cooperación?

Si, como dice el eminente escritor Arthur Koestler, un “*impasse*” puede romperse cuando se confronta un punto de vista del problema con otro punto de vista desde un ángulo distinto, totalmente diferente, podríamos ensayar un nuevo punto de vista así:

¿Cómo, en qué forma, de qué modo, pueden los Estados Unidos contribuir activamente para que Panamá funcione plenamente como Nación?

Esta pregunta creativa involucra una decisión de parte de los Estados Unidos, la decisión de alcanzar la meta común de los dos países, la cual es la de extinguir las causas de conflicto que aún subsisten y que el tiempo no va suavizando, sino profundizando y agravando.

El reto creativo de Panamá demanda que los Estados Unidos adopte esta decisión, que bien puede dar inicio al proceso creativo que ha de rematar en un nuevo tratado justo para Panamá.

Mientras esta decisión no se acople a la meta común, no puede romperse el “*impasse*” que encierra las actuales negociaciones.

No hay despegue, para usar la metáfora aerodinámica de la ciencia económica.

Hacia un punto final de coincidencia

Si buscamos un punto final de coincidencia, la pregunta que se le sugiere a los Estados Unidos de América, es la siguiente:

¿Cómo pueden los Estados Unidos de América alcanzar el éxito final con Panamá?

La respuesta está comprendida en el reto creativo de Panamá y es como sigue: Ayudando a Panamá a lograr con éxito su aspiración de pleno funcionamiento como Nación.

El secreto del éxito para los Estados Unidos de América está en ayudar a Panamá a alcanzar con éxito sus aspiraciones. Allí radica el verdadero secreto.

Y la fórmula mágica es que los negociadores norteamericanos apliquen un pensamiento creativo, positivo, constructivo, en los acuerdos que han de rematar con un nuevo tratado.

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

- Hay que aprender cómo pensar en grande. Solo el hombre con grandes ideas puede considerarse un hombre grande.
- Solo la creatividad puede sustraerlo del pensamiento mediocre y negativo que nos rodea.
- La creatividad crea las condiciones y oportunidades para dirigir, en lugar de seguir.
- La creatividad le enseña que para tener éxito no tiene por qué pagar un precio desorbitado en dignidad personal, en cargos de conciencia, en merma de su escala de valores. Para tener éxito usted solo tiene que desarrollar su verdadero potencial creativo.
- Las técnicas de creatividad constituyen la única inversión que paga dividendos constantemente y en escala cada vez mayor.
- Solo la creatividad puede poner las posiciones más elevadas y mejor pagadas a su alcance.
- En la creatividad usted aprende a no hablar de problemas, sino de soluciones.
- El pensamiento creativo lo llevará a ser el héroe de su vida, no la víctima.
- La mayoría de las veces los deterioros físicos de la edad se inician con una actitud mental negativa.
- La persona que tiene entusiasmo en vivir, y que es joven mentalmente, no puede sentirse vieja.
- Nuestra mente debe concebir, antes que el poder creativo pueda producir.
- Tenemos que aprender a esperar más, si es que vamos a recibir más.
- Si podemos cambiar el patrón de nuestro pensamiento con respecto a cualquiera situación, las circunstancias tendrían que cambiar.
- No es suficiente decir que atraemos lo que pensamos: la verdad es que nos transformamos en lo que pensamos.
- No existe nada tan patético en el mundo como la falta de fe.
- Una imagen en sí nunca pierde su actualidad, ni se vuelve obsoleta.

- De lo que nunca habrá escasez, es escasez de problemas.
- Lo primero que el hombre tiene que hacer es quitarse las “anteojeras” para ampliar su radio de visión.
- Es importantísimo lograr que personas que pertenecen a distintos campos de actividad entren en contacto. Pueden surgir ideas y patrones de pensamiento completamente nuevos.
- La mayoría de las veces olvidamos lo que hemos soñado, pero la inspiración queda. Nunca se sabe hasta dónde los sueños inducen la realidad.
- Cuando una persona se siente bien funcionando bien, todos los accidentes trabajan en su favor, experimenta mejores accidentes y ninguno trabaja en su contra.
- Para el hombre positivo lo esencial es la articulación de un argumento y el desarrollo creativo de una posición.
- La mayoría de las personas son ágiles para descubrir fallas en nuestra solución a un problema, pero nunca ofrecen alternativas mejores.
- A veces experimentamos dificultad en distinguir si nuestro sentimiento es crítico o creativo.
- El genio científico-creativo consiste en la capacidad para sorprenderse.
- La creatividad es la conciencia que mira con visión hacia el futuro.
- La alianza decidida del pensamiento al propósito, se convierte en fuerza creativa.
- El hombre creativo periódicamente redefine y actualiza sus metas.
- La gente trabaja mejor y se siente mejor cuando desempeña un trabajo que se ajusta más a su conformación psicológica.
- Nuestras metas no deben circunscribirse a ambiciones personales. Debemos buscar algo más importante, de más trascendencia.
- Motivación negativa es la que se apoya en actitudes y metas negativas y destructivas.
- El hombre, en su evolución constante, encuentra su meta natural en el cambio y el crecimiento.

CAPÍTULO XXI

CREATIVIDAD EN LA UNIVERSIDAD DE PANAMÁ

Hemos contemplado hoy en el departamento de Anatomía, un gran ejercicio de creatividad.

Dr. Roderick Esquivel

El día 4 de julio del año de 1972, el departamento de Anatomía Humana, de la facultad de Medicina de la Universidad de Panamá, bajo la dirección del eminente Dr. Antonio F. Pirro, celebró un merecido homenaje al Dr. José María Núñez, el cual fue calificado por el Dr. Roderick Esquivel, quien pronunciara el discurso de fondo, como un gran ejercicio de creatividad.

Esta manifestación del doctor Esquivel obedecía al hecho de que durante el acto se llevó a cabo un intenso Laboratorio de Acción Humana, con participantes en grupos de 8 a 12, compuestos e integrados interdisciplinariamente de estudiantes de la facultad de Medicina, de Psicología, de Bellas Artes, etc.

Tema central y subtemas

Como tema central fue seleccionado “El médico y nuestra sociedad panameña”, y como subtemas los siguientes: El médico y el trabajador; el médico y el artista; el médico y el poeta; el médico y la especialización; el médico y los medicamentos; el médico y la demografía; el médico y el campesino; el médico y la economía; el médico y el juez; la medicina misionera; el médico y la comunicación social; el médico y la familia; el médico y la ciudad; el médico y el niño naciente; el médico y el atleta.

Destacados profesionales, especialistas y hombres de empresas fueron escogidos para asesorar cada uno de los subgrupos.

El médico y la economía

Como un dato demostrativo de los efectos prácticos obtenidos por los Laboratorios Creativos, mencionaremos la experiencia del subgrupo 8 que nos tocó asesorar, en unión del conocido hombre de empresa, señor Ricardo Córdoba. Aplicando las técnicas de creatividad, la sesión creativa de duración limitada a 40 minutos, se inició con la definición del problema, que mediante la intervención directa de los participantes quedó concretado así: ¿Cómo, en qué forma, de qué modo puede motivarse al médico para realizar visitas a domicilio?

Ángulo económico: las visitas que se pretende motivar al médico a realizar son a los pacientes de bajo nivel económico, que por sus escasos recursos no pueden fácilmente abandonar su habitación para hacer largas filas de espera en los hospitales; que la salud del trabajador incide en el producto bruto nacional y en el ingreso *per cápita*; la salud de la familia del trabajador repercute en la efectividad de su trabajo.

Sesión de “*brainstorming*” o producción de ideas en 10 minutos:

Expuestos los principios y normas que gobiernan las sesiones creativas de “*brainstorming*” o producción de ideas, tales como la eliminación de la crítica, el estímulo de ideas novedosas, el logro de la mayor cantidad de ideas (porque dentro de estas técnicas, cantidad significa calidad), se procedió a celebrar la sesión cuya duración fue de solo 10 minutos, debido a la limitación del tiempo. Durante este lapso se generaron cincuenta y ocho ideas con valioso potencial, entre las cuales figuraban tales como la de incorporar a los estudiantes de medicina a los servicios del Seguro Social, prestados a domicilio; indoctrinalización de los estudiantes desde el primer

año de medicina; mayores facilidades de transporte a los médicos; utilización de computadores electrónicos para obtener, de manera instantánea, las cuadrículas de los pacientes con padecimientos graves; caravanas asistenciales; urbanizaciones para los médicos, ubicadas cerca de las áreas de la población más necesitada; y muchas más de gran mérito para el logro del objetivo prefijado en la definición del problema.

Evaluación de las ideas generadas

Como tercer paso en las técnicas de creatividad se procedió a la evaluación de las ideas generadas conforme a los patrones y criterios de evaluación, adaptados a las circunstancias particulares del caso.

El pensamiento creativo fue entonces sustituido por el juicio crítico por todos los participantes, resultando tentativamente seleccionadas varias ideas de positivo valor, resultó con el respaldo de la mayor votación, la idea de indoctrinar a los estudiantes desde el primer año de medicina, a fin de orientarlos hacia las visitas al domicilio del paciente. Entre los grandes beneficios de estas visitas, que fueron apuntados durante el Laboratorio Creativo, cabe mencionar los siguientes: Conocer el ambiente en que vive el paciente; la actitud de los miembros de la familia hacia el paciente; posible carácter psicosomático de la enfermedad; reacciones alérgicas provocadas por condiciones específicas de la habitación del paciente; nivel económico del paciente que incide en su enfermedad; condiciones que pueden determinar la trayectoria futura de la salud del paciente.

Saldo creativo del laboratorio

Tomando como base media la generación de ideas útiles obtenidas en el Subgrupo 8, cabe señalar que algunos subgrupos trabajaron en forma excepcional, puede afirmarse sin temor a equivocación, que un total de quinientas veinticinco (525) ideas valiosas fueron generadas en el Laboratorio Creativo en un lapso de 45 minutos.

Cada subgrupo designó un Relator, el cual hizo una exposición sucinta del trabajo realizado.

Conclusiones

El Dr. Antonio F. Pirro, director del departamento de Anatomía de la facultad de Medicina, merece el más alto reconocimiento por este ejemplar trabajo de creatividad en grupo. Ya el día 10 de junio de 1971 había celebrado en su aula de clases una sesión para analizar “El Método de Ataque Creativo”; y el día 16 de agosto del mismo año, estudiaba el tema de “Laboratorios Creativos: Educación Mediante Participación”. También ha intervenido en el circuito cerrado de TV de la Universidad de Panamá, en charlas sobre la solución creativa de los problemas médicos.

No es, pues, de extrañar la exclamación del Dr. Roderick Esquivel, en su profundo discurso de reconocimiento a los méritos del homenajeado Dr. José María Núñez, de que hemos contemplado hoy un gran ejercicio de creatividad en la Universidad de Panamá.

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

- La creatividad nos enseña a reorientar la energía hostil y destructiva por canales constructivos y creativos.
- La creatividad elimina totalmente la posibilidad de ser como edificios abandonados, a medio construir, sin objeto ni beneficio.
- El hombre creativo se enfrenta constructivamente a la realidad.
- El pensamiento creativo aumenta nuestra capacidad para adaptarnos al cambio radical y acelerarlo.
- La creatividad elimina los síntomas que producen tensión y ansiedad.
- La creatividad le da mayor capacidad para amar.
- La creatividad abre la puerta a mejores relaciones interpersonales de mutua satisfacción y felicidad.
- La creatividad le da individualidad propia, mayor independencia, especialmente de sus padres y consejeros.
- La creatividad coloca todas las circunstancias de su vida en su correcta perspectiva.
- El hombre creativo es su propio juez. Al final de cuentas su firme soporte es la lealtad a sus propias convicciones, porque las técnicas de creatividad han desarrollado la confianza en sí mismo y la habilidad para resolver problemas creativamente.
- La creatividad impide y evita que usted sea manipulado hacia el conformismo y hacia patrones negativos.
- Donde existe una causa subjetiva surge el efecto objetivo.
- Ya vendrá el momento en que las personas mayores no actuarán como viejos, porque habrán dejado de pensar como viejos.
- En cada pensamiento positivo existe gran creatividad y un gran poder.
- Dadle al mundo lo mejor de ti y recibirás lo mejor del mundo.
- A todo aquello que no entiende, el hombre se opone.
- El hombre positivo y creativo es un hombre trascendente.

- La mente creativa es como el agua bajo control, que puede lograr cosas increíbles.
- Lo que antiguamente consideramos pura fantasía, se ha convertido hoy en realidad
- El juicio crítico es el poder de la mente; el poder creativo es el poder del alma.
- El proceso creativo es un proceso que satisface intensamente.
- Mantenerse en los viejos senderos es mantenerse dentro de la mediocridad. Es el camino más directo a la ancianidad, aunque seamos cronológicamente jóvenes.
- No importa lo bueno y confortable que sea el momento presente, el pensador creativo siempre se encuentra dispuesto a arriesgar su tranquilidad para explorar aquello que puede ser mejor.
- El optimismo creativo consiste en emplear la mente en la forma como debe utilizarse, esto es, para producir algo mejor de lo que hemos tenido.
- El valor y la decisión son posibles solamente sobre la base de fe.
- La mente crítica puede descubrir respuestas erradas, pero se necesita una mente creativa para identificar las preguntas equivocadas.
- Las preguntas creativas son preguntas abiertas, evocativas.
- La mayoría de las personas jamás logran funcionar plenamente, y se mueren sin haber nacido completamente. La creatividad es motivación y pleno funcionamiento.

PARADOJAS

Cerrar los ojos para ver mejor. Etapa contemplativa.

En el amor ocurre la paradoja de que dos personas se convierten en una, y sin embargo, siguen siendo dos.

CAPÍTULO XXII

PROGRAMA CREATIVO DE SUGERENCIAS PARA EL
SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO

*La única defensa adecuada contra el impacto de
una buena idea es la estupidez.*

J. W. Taylor.

*La mejor manera de mejorar la imagen de una
empresa es mejorando la empresa.
La imagen puede ponerse a tono con la realidad, pero
nunca la precede.*

S. W. Gallerman

Lo importante con respecto a las nuevas ideas es que estas no ocurren en la mente de las personas que veneran el pasado, que se apegan literalmente al precedente establecido. Algunos individuos se aferran a ideas antiguas que caben más bien en un museo, que en nuestra mente.

Desde luego, que solo el hombre realmente creativo es capaz de pensar en términos del presente y del futuro y no del pasado, y ello no es exactamente fácil, porque para ello es preciso tener una imaginación que responda a la innovación.

Hablando de esta tendencia arraigada en el hombre, a mantenerse en el círculo cerrado de lo conocido y de temor por el cambio, decía el Premio Nobel, Franck, “*que siempre se daba cuenta cuando escuchaba una buena idea, por el sentimiento de terror que le infundía y se apoderaba de él*”.

Propósito del Programa Creativo de Sugerencias

El Programa Creativo de Sugerencias difiere radicalmente del plan tradicional, que generalmente se limita a colocar en distintos puntos estratégicos de una empresa una caja destinada a las sugerencias que puedan mejorar la compañía y el servicio que presta.

Siete son los motivos e intenciones que inspiran a este programa:

- Iniciar al empleado en la nueva era del hombre creativo.
- Alcanzar un mayor grado de cooperación entre todos los empleados.
- Mejores relaciones de trabajo entre los jefes y sus subalternos.
- Lograr eficiencia óptima, mejores comunicaciones y mayor entendimiento, evitando la duplicidad y el desperdicio de esfuerzos.
- Lograr mayor participación de todos los empleados en las labores de la empresa y un interés más directo e inmediato en su crecimiento.
- Impartirle a la iniciativa individual un mayor reconocimiento.
- Lograr una actitud más creativa, más positiva, de parte de todos los empleados.

Aspiración y meta global de la empresa

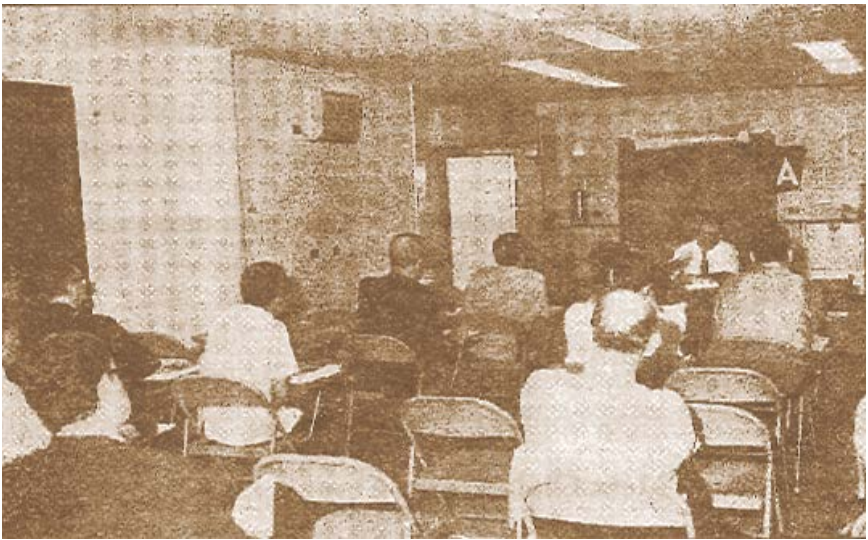
Las aspiraciones, las metas, los objetivos de la empresa deben concebirse como una gráfica en constante ascenso, en donde cada nuevo nivel de realizaciones demanda una nueva definición de los objetivos más prometedores. Esto constituye la parte medular de la dinámica del crecimiento comercial e industrial.

Ante todo, hay que pensar que las buenas ideas, las ideas útiles, estén dondequiera que ellas surjan y que nadie pueda afirmar que ha adquirido un monopolio de ellas.

Es imperativo ofrecer a toda nueva idea una oportunidad, y que, además, su creador sea recompensado en forma justa y merecida.

Algunos lineamientos guías para este nuevo programa

Puede referirse a sugerencias tangibles, es decir, sugerencias cuyo beneficio pueda ser expresado en balboas. Debe fijarse un porcentaje de la cantidad neta ahorrada durante el primer año, como base para la recompensa.



Seminario a las empresas fusionadas Halman-De Lima, en 1972.

En cuanto a las sugerencias intangibles, es decir, aquellas cuyo beneficio no pueda fijarse en balboas, tales como recomendaciones en cuanto a ventas, medidas de seguridad, etc., la recompensa debe basarse en el criterio del Comité Evaluador de Ideas Sugeridas.

No debe fijarse límite alguno al número de sugerencias que un empleado pueda hacer. Mientras más sugerencias haga, más posibilidades existen de recompensa. Como patrón de evaluación

media, se estima que generalmente de cada cuatro sugerencias, una es aprobada y puesta en práctica.

Deben buscarse ideas que beneficien las operaciones de la empresa, ya sea directa o indirectamente, que tiendan a mejorar el servicio, a emplear mejor calidad, a establecer mejores medidas de seguridad, mejores condiciones de trabajo, menos desperdicio, mayor efectividad, mayor productividad, mayor rendimiento, etc. Dentro de este amplio campo, cualquiera idea puede resultar con mérito.

Deben excluirse del programa -y esto es particularmente importante-, todo lo que revele una actitud negativa de parte de quien presenta la idea y que señalan situaciones adversas o desfavorables sin ofrecer una solución positiva y constructiva. También sugerencias triviales, intrascendentes o de carácter personal, sugerencias relativas a cuestiones que ya se encuentran bajo estudio y consideración por parte de la gerencia o directiva.

En este tipo de programa, es de especial importancia el interés personal, la cooperación y el estímulo de parte de los jefes inmediatos. Se hace imprescindible darle a cada sugerencia un trato justo, buscando la forma, la manera, el modo de sacar algo de provecho de ella, si es posible.

El clima positivo que busca esta clase de programa creativo puede expresarse en la siguiente forma:

- Que se piense positivamente, no en forma negativa.
- Que se esté decidida y definitivamente en favor de las innovaciones, no en contra de ellas.
- Que se trate de mejorar la situación existente, alejarse del estancamiento.
- Incorporar a la empresa a la corriente de las nuevas ideas y acabar de raíz con la apatía y la indolencia.

Finalmente, ningún ejecutivo de empresa puede tomar acción decisiva, a menos que tenga alguna concepción sobre cómo debe

actuar. El poder último siempre radica en la cabeza de los hombres con buenas ideas.

Solo las nuevas ideas dan el poder y la confianza para actuar creativamente.

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD (REDACTADAS EN FORMA DE PARADOJA)

- Muchas veces la salud y la prosperidad pueden impedir más nuestro progreso espiritual que la necesidad y la enfermedad.
- La gran paradoja del desarrollo es que mientras más se les proporciona a las clases necesitadas, más aumenta su descontento y la necesidad de más desarrollo.
- Si quieres que algo se haga, escoge el hombre más ocupado.
- La persona psicológicamente sana, es al mismo tiempo egoísta y generoso.
- Hay personas que deciden mantenerse indecisos, que resuelven ser irresolutos, que son todopoderosos en la impotencia.
- Algunas veces la diversión es la cosa más seria del mundo.
- Muchos inventan y crean nuevas ideas mientras se divierten.
- Muchas veces conocemos menos a la persona con quien más tiempo pasamos.
- No es el hombre quien escoge su vocación, es la vocación la que escoge al hombre.
- El tiempo no es el que sigue en su marcha; el tiempo se queda y somos nosotros los que nos vamos.
- Jamás en la vida olvidaré a esa persona. ¿Cómo es que se llama?
- Que las agencias que se dedican a la reglamentación y al control, muchas veces favorecen precisamente a quienes están supuestos a reglamentar y controlar.
- Que a veces la mejor manera de ayudar es criticando.
- Los matrimonios más felices son los más susceptibles y vulnerables al divorcio y a la separación.

- La razón de la sinrazón.
- Que muchas veces usamos las palabras no para expresar, sino para ocultar nuestros pensamientos.
- Que el Estado industrial moderno primero produce el producto, y luego crea la demanda.
- Que la verdad es más extraña que la ficción.
- Que la mayoría de los grandes libros son pequeños en tamaño.
- Que los políticos norteamericanos y rusos dan la impresión de tratar de llegar a la paz, siguiendo el viejo método de odio mutuo y el insulto, la conducta agresiva y dañina, y por medio de las guerras frías y calientes.
- Que el gerente debe asegurarse de que el empleado obedezca sus instrucciones, y al mismo tiempo goce de libertad y criterio propio para poder ser más creativo.
- A veces tenemos que “pensar” la emoción que más se ajusta y acomoda a determinada situación.
- Que el hombre se encuentra siempre frente al deseo conflictivo de revertir al vientre de la madre y de alcanzar madurez.
- Que lo previsible es precisamente lo imprevisible.
- Que por primera vez en la historia existe la situación de que la sobrevivencia de las naciones poderosas no depende de su fuerza y de su poderío militar, sino de la habilidad para saber cómo es que no debe usarse ese poderío.
- Que las personas creativas combinan el candor y la expresión sencilla con la mente sofisticada y aguda.
- Que muchas veces una persona es honrada por picardía.
- Que todo lo que realmente tiene valor en esta vida, carece de valor porque es gratis.
- Que la persona creativa es al mismo tiempo paciente e impaciente.
- Somos más reacios a aceptar lo que más nos conviene.
- Que muchas veces tenemos que hacer algo con nada, como los magos.
- Que la obsesión que algunos tienen con su vitalidad puede no ser un síntoma de salud, sino de anemia.
- Que la chispa creativa le viene a una persona en estado de tensión relajada.

CAPÍTULO XXIII

ACTITUD NEGATIVA CAUSA Y ORIGEN DEL FRACASO (I)

El veredicto más terrible que puede recaerle a un hombre en el Juicio Final no es el de que tenga que entregarle su alma al Diablo, ni tampoco el ser condenado al fuego eterno del Infierno, sino el de tener que encararse a sí mismo, a su propia frustración.

William Blake

La esencia misma de la negatividad se resume en la incapacidad para fijar metas y objetivos claros, y como una consecuencia de ello, en la adopción de decisiones malas que rematan necesariamente en toda clase de fracasos y errores.

La característica más sobresaliente del hombre negativo es la indecisión y la perplejidad frente a situaciones que reclaman decisión; la rigidez e inflexibilidad frente a circunstancias que requieren flexibilidad mental en el pensamiento circular cerrado, que lo conduce como remate final a la calle sin salida.

Hecha la explicación anterior, es nuestro deseo aclarar que en este capítulo no hemos de recurrir a exposiciones ampulosas, impregnadas de teorías extrañas, dirigidas solo a un pequeño círculo de personas especializadas en la materia. Nuestra intención es muy distinta. Nuestro deseo es escribir sencillamente, al alcance de todos.

El cuento de San Pedro y el zapatero

Nos dice Abraham H. Maslow, quien es considerado por muchos como uno de los psicólogos contemporáneos más grandes, que

solo quien logra actualizar a plenitud su propio potencial crea las condiciones indispensables para alcanzar un nivel de felicidad perdurable.

Si esto es así, entonces la máxima frustración corresponde a quien durante su vida no ha podido actualizar su ser en ninguna forma.

Cuenta Mark Twain, que en una ocasión un visitante al cielo le preguntó con mucho interés a San Pedro, si le fuera posible conocer al general más grande que hubiese existido. San Pedro, luego de reflexionar por un instante, le señaló un ángel cercano. El visitante, ante esta respuesta, le contestó indignado que él había conocido bien a ese hombre en la Tierra, y que ese hombre no había sido general, sino zapatero. “Ah, sí, indudablemente”. -le respondió San Pedro- “pero si ese hombre hubiera utilizado la iniciativa de que era capaz, la determinación latente dentro de sí y la resolución que Dios le había dado, ese hombre hubiera sido el general más grande que hubiese existido”.

El caso del helado de vainilla

En una ocasión, un dueño de un carro Chrysler le escribió a la agencia en donde lo había comprado exponiéndole cuál era su problema con el carro. “A ustedes -les decía en su carta- les parecerá un tanto raro y extraño lo que voy a relatarles, pero ocurre que este es el caso y lo voy a exponer. En nuestra familia tenemos desde ya hace algún tiempo la costumbre de comer helados de postre todas las noches. Cada noche, al terminar la cena, escogemos por mayoría el sabor del helado que hemos de comer al día siguiente. Hecha la escogencia, vamos en el carro a la tienda cercana y lo compramos. Todo sucede normalmente, excepto cuando nuestra selección recae en el helado de vainilla. Entonces, el carro no arranca cuando salimos de la tienda”.

El gerente de la agencia, un tanto incrédulo, mandó, sin embargo, un mecánico a investigar el problema. El mecánico, que esperaba encontrarse con un tipo difícil y raro, se sorprendió al ser recibido por un señor de edad mediana, culto y educado.

“A buen tiempo ha llegado usted -le manifestó el señor al mecánico-hoy hemos escogido el sabor de chocolate, de manera que no anticipamos mayor problema con el carro”.

En efecto, al mecánico le tocó acompañar a la familia a la tienda a comprar los helados de chocolate sin que se experimentara ninguna dificultad con el carro.

Al regresar, le dijo el señor al mecánico: “Venga usted mañana, que para mañana hemos escogido el sabor de vainilla, y entonces verá lo que ocurre con el carro”.

Nuevamente se presentó el mecánico al día siguiente para acompañar a la familia a la compra de los helados de vainilla en la tienda. Todo sucedió normalmente hasta el momento de regresar con los helados, y de tratar de arrancar el carro. Ello fue imposible, el carro no había manera que arrancara.

Este es un caso típico de un problema mal definido, mal diagnosticado. El problema no era el problema del helado de vainilla, que nada tenía que ver con la dificultad mecánica del carro. Los hechos eran simple y sencillamente que todos los sabores de helados se encontraban depositados en la parte posterior de la tienda, excepto el sabor de vainilla que, por ser el más popular, lo tenían a la entrada de la tienda. La dificultad en el motor del carro tenía que ver con el carburador, y el tiempo muy corto que tomaba en comprar los helados de vainilla era el factor determinante en el problema del arranque del carro.

Un problema bien definido equivale a un sesenta por ciento de su solución. Este problema nada tenía que ver con los helados de vainilla, sino con el carburador del carro.

El hombre totalmente negativo

Había una vez un asiduo cazador que buscaba ávidamente un perro excepcional de cacería. Un día leyó en el diario un anuncio en donde ofrecían en venta un perro de cacería verdaderamente extraordinario. Llamó el cazador al número de teléfono indicado y concertó una cita. Al llegar le impresionó el perro y su raza, pero el precio que pedían le pareció exagerado. El dueño del perro le ofreció entonces la oportunidad de probarlo. A la mañana siguiente, el cazador salió con el perro. Una bandada de patos se despuntó sobre la laguna y el cazador disparó dos veces y dos patos cayeron cerca de un pantano. “Ahora, anda y tráeme esos patos”, le dijo el cazador al perro siguiendo las instrucciones que le había dado el dueño del perro. De inmediato el perro se levantó y caminó rápidamente sobre el agua, agarró ambos patos con el hocico y regresó caminando sobre el agua, trayéndolos al cazador. El cazador se quedó atónito, asombrado ante lo ocurrido, pero comenzó él mismo a dudar de lo que había visto.

Se le ocurrió entonces una idea. Invitar al día siguiente a un cazador amigo que tenía fama de ser uno de los hombres más negativos y escépticos del mundo. Quizás, se dijo, así podría cerciorarme de la verdad. El amigo estuvo de acuerdo, y al día siguiente salieron bien temprano rumbo a la laguna y el pantano. Una bandada de patos pasó nuevamente volando encima de ellos y ambos dispararon cuidadosamente. Dos patos cayeron. “Ahora, anda y tráeme esos patos”, le dijo el cazador al perro otra vez. El perro se irguió, caminó rápidamente sobre el agua, cogió los dos patos y regresó caminando sobre el agua al lugar donde estaban los dos cazadores. Nuestro cazador, ya completamente decidido a comprar el perro, le preguntó al amigo: ¿No has notado algo extraordinario en ese perro?” Y entonces, el amigo negativo, sin vacilar un segundo, le dijo a nuestro cazador: “Claro que sí, ese perro no sabe nadar”⁽¹²⁾.

La reacción del hombre negativo siempre es negativa, insensible a toda idea nueva, o para él desconocida.

(12) Warren Bennis, *Journal of Creative Behavior*, Vol. 5, 1971, pág. 10.

El chiste del diplomático perfecto

Este chiste, que consideraba el famoso escritor John Steinbeck como el mejor chiste que jamás había oído, es un ejemplo elocuente de lo que sucede cuando una persona se encierra dentro de un silogismo, y queda aprisionado como en un closet sin puerta. Este pensamiento circular y rígido se opone al múltiple creativo, que siempre se reserva alternativas y posibilidades sin límites.

Pero vamos al chiste de Steinbeck.

Dos personas discutían los méritos relativos de la ciudad de Green Bay, en el Estado de Wisconsin, Estados Unidos de América. "Decía uno de ellos: "Es realmente una ciudad muy atractiva. Decía el otro", ¿Qué tiene de atractivo? Lo único que ha salido de esa ciudad ha sido el conocido equipo de fútbol Packers, y un poco de prostitutas. Replicó el primero". Ven acá, tú hijo de ... mi esposa es de la ciudad de Green Bay."

Ripostó el otro. "¿Conque es? ¿Y qué posición jugaba en el equipo?"(13).

(13) Goldner, Bernard B. *La Estrategia del Pensamiento Creador*.

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

PARADOJAS DEL DERECHO

- Es necesario reconciliar la estabilidad con el progreso.
- La fusión de antítesis, la reconciliación de lo irreconciliable, síntesis de contraposiciones.
- Reconciliar la libertad con la igualdad, y ambas con el orden.
- Reconciliar el espíritu del cambio con el espíritu de conservación.
- Nada es real sin ambos. Simple cambio sin conservación, es un traslado de la nada a la nada.
- Hay que reconciliar la tendencia de considerar cada caso dentro de un contexto general, y la tendencia a enjuiciarlo como caso único.
- Libertad es un término que se contradice, porque la libertad para unos puede resultar en opresión para otros.

METÁFORAS

- Cuando un hombre conecta los terminales de su ser al circuito de una gran promesa, viene a quedar inundado con poder y fuerza para cumplirla.
- El corazón del problema de Panamá con los Estados Unidos radica en el propio corazón de Panamá.
- Todos nos encontramos en el mismo bote, remando hacia el éxito, hacia nuestra gran meta.
- Nunca hipoteque su futuro haciendo promesas finales que le limitan su acción.
- Su mente es el eslabón entre el cielo y la tierra.
- El único antídoto contra el miedo es el valor y el conocimiento.
- La solución de problemas es como el pasajero que se encuentra en el puerto “A” y quiere dirigirse al puerto “B”. Las vicisitudes

del viaje son las dificultades en desarrollar la solución, y el anclaje final en el puerto “B”, es la meta.

- Autopsia del fracaso. Anatomía del éxito.
- Panamá en el año 1903 era el apéndice del Canal, hoy el Canal es un apéndice de Panamá.
- Madurez es el faro que ilumina sus aspiraciones.
- Bailando un tango semántico.
- Comunicación es el puente que tiende una persona para trasladar su pensamiento a otra.
- La barrera del idioma.
- El café “X” es un café con “*pedigree*”.
- El mundo es un baile de máscaras.
- Soy como una esponja que absorbe todas las buenas ideas.
- Que los países en desarrollo buscan el despegue.
- El conocimiento es el trampolín desde donde la imaginación salta a la verdad.

CAPÍTULO XXIV

ACTITUD NEGATIVA CAUSA Y ORIGEN DEL FRACASO (II)

Hay quienes pretenden mantener en secreto su actitud negativa, pero ello no es posible porque esta actitud siempre cristaliza en hábito y luego el hábito se convierte inexorablemente en hechos y condiciones adversas y desfavorables para ellos mismos.

James Allen

Un nuevo aspecto de la actitud negativa

Es sumamente importante que el hombre sepa distinguir entre lo que él considera como sus aspiraciones y deseos, y la reacción negativa que experimenta frente a determinadas situaciones. Es sumamente importante, repetimos, porque es allí donde radica precisamente la tremenda repercusión que tiene la actitud negativa. Mejor dicho, el hombre no atrae a sí aquello que quiere, aspira o desea, sino que atrae lo que él mismo es. Aquí no cabe subterfugio alguno porque la ley en esta situación es inflexible.

Un aspecto interesante de la creatividad es que ella engendra, dentro de su secuela positiva, la filosofía afirmativa, que incluye y comprende la gratitud y el agradecimiento. La actitud negativa obliga, por otra parte, a la persona a reaccionar negativa y destructivamente. Así como la gratitud ennoblece y enriquece el alma, la ingratitude la envilece.

Cuenta Bennett Cerf, de un incidente que ocurrió en un supermercado.

Un hombre obviamente desnutrido y en muy malas condiciones económicas, acompañado por cinco niños andrajosos, se acercaba

con pasos vacilantes a la entrada del torniquete. El gerente del supermercado, compadecido por su situación lastimosa, se acercó al hombre y le dijo: “Coge, toma esta carretilla y llénala con todo lo que necesitas y luego dile a la cajera, a la salida, que me lo cargue a mi cuenta”. Para asegurarse de que no tuviera dificultad alguna, el gerente decidió aguardarlo a la salida.

El pequeño grupo compuesto por este pobre hombre con sus cinco niños comenzó su peregrinación por las distintas filas de víveres del supermercado, hasta llegar a colmar la carretilla que llevaban. A la salida, mientras la cajera confeccionaba la lista, se les acercó nuevamente el gerente y le preguntó al hombre gentilmente: “Parece como que ahora si está usted bien. ¿Se siente ahora mejor?” A ello el hombre le preguntó bruscamente y con disgusto: “Desde luego que no. ¿Qué pasó con las estampillas que no me las dieron?”.

Podríamos aquí aplicar el principio de creatividad que dice que la persona negativa pasa por alto el 95 por ciento de lo bueno que tiene una idea, proyecto o situación para concentrarse en el 5 por ciento de lo malo que pueda tener.⁽¹⁴⁾ Es increíble el alto porcentaje de personas negativas.

El caso del chino que veía más allá de sus propias narices

Una de las características que vale la pena destacar de la persona creativa es su temperamento abierto e inquisitivo, que nunca se detiene ante el presente, sino que busca y rebusca las posibilidades del futuro. Mientras la persona negativa busca siempre los obstáculos y los inconvenientes hasta encontrarlos, la persona creativa utiliza los obstáculos para encontrar nuevas alternativas que ofrezcan soluciones positivas.

El caso que vamos a referir tiene que ver con un viejo chinito a quien se le había perdido un caballo. Los vecinos del pueblo fueron donde

(14) *Yeck, John D. “¿Cómo lograr ideas útiles?”, 95.*

el chinito a expresarle su simpatía y a compadecerlo por su mala suerte. “Cómo saben ustedes que eso es mala suerte? les preguntó el chinito. Ante esa actitud del chinito, los vecinos se preguntaban si este no había quedado medio trastornado con la pérdida. Pero dos semanas después regresó el caballo perdido, encabezando una recua de caballos salvajes. Nuevamente regresaron los vecinos donde el chinito a felicitarlo por su buena suerte. “¿Cómo saben ustedes que eso es buena suerte?” -inquirió el chinito-. Al poco tiempo, su hijo, tratando de domar uno de los caballos salvajes, fue tumbado, fracturándose la pierna. Otra vez regresaron los vecinos: “Mala suerte”, y el chinito .. “¿Cómo saben ustedes ...? ”A los pocos días, el ejército pasó por el pueblo reclutando a todos los jóvenes aptos para prestar servicio y pelear contra unos bandidos que se escondían en las montañas y, desde luego, el hijo del chinito se salvó de ser reclutado por su pierna fracturada(15).

Esta historia podría continuar indefinidamente. Sin embargo, el punto que se trata de destacar es el de que la mente receptiva y abierta es la que corresponde a la persona creativa. Siempre se hace necesario mantener la mente bien abierta, por lo menos dentro del área que rodea al problema, pues de lo contrario desaparece la oportunidad para que se presente una solución nueva creativa. Decía Samuel Lover, que las circunstancias dominan a los débiles, pero esas mismas circunstancias son los instrumentos de las personas resueltas.

Por último, para el hombre que mantiene una actitud positiva y que logra desarrollar un pensamiento realmente creativo, el fracaso es solo uno de los tantos caminos que conoce al éxito.

(15) Valdés Guardia, Eduardo. *“Manual Práctico de Creatividad, 155.*

CÁPSULAS DE CREATIVIDAD

- La mente es fuente de creatividad.
- La capacidad creativa final de la mente es, para todos los efectos prácticos, infinita.
- Existe un solo valor último para la humanidad, una meta en la distancia que todos procuramos alcanzar: creatividad.
- ¿Qué cosa es creatividad? La habilidad para ver, para sensibilizarse, para responder. Pensamiento creativo significa que hemos aprendido de los errores, pero no nos hemos petrificado por ellos. Que nuestro optimismo se mantiene inalterable.
- En el ámbito de la mente, lo que uno estima cierto es cierto o se convierte en cierto.
- Si no le gusta el término “espiritual”, use “creativo”.
- Nuestro éxito depende en gran parte en cómo reaccionamos al flujo dinámico de los hechos.
- Los factores negativos originan todos los problemas.
- En la solución creativa de problemas, un nuevo tren de ideas es el principio de la solución.
- El temor a incurrir en error es el peor error de todos.
- Las nuevas ideas nos dan el poder y la confianza para actuar creativamente.
- El problema más grande que confronta la creatividad es reducir la “brecha” que media entre la idea brillante y su reconocimiento último.
- La creatividad de los niños puede llegar directamente sin ambages al corazón mismo de un problema.
- Maleza es una planta cuya virtud no ha sido aun descubierta.
- La fe es una actitud mental que puede ser conscientemente generada.
- El poder creativo solo se moviliza con el pensamiento.
- La infiltración de nuevas ideas en la mente es esencial para la vida saludable.

EPÍLOGO

En todo esfuerzo literario, el prólogo y el epílogo son marcos de referencia que dan contextura y cohesión a la obra. El prólogo crea una expectativa, una promesa formulada al lector, a fin de que se incorpore con interés al texto mismo. Es como la fachada de un edificio, cuya primordial misión es atraer estéticamente al transeúnte.

El epílogo, por la otra parte, se contrapone a la promesa del prólogo, y se coloca dentro del lugar correspondiente a los hechos cumplidos, a las realizaciones. La mirada es retrospectiva y de contemplación. Toca ahora al lector dictar su veredicto final.

En ocasiones, al autor le invade el temor de haberse excedido en las promesas y de haber fallado en las realizaciones. Surge entonces la pregunta: ¿hasta dónde ha mediado una laguna entre lo prometido y lo cumplido? Saltando ahora de lo genérico a lo específico, no podemos dejar de hacer referencia al ensayo de sinéctica creativa comprendido en los capítulos respectivos sobre el planteamiento de nuestro problema básico del Canal de Panamá y la posición que corresponde a los Estados Unidos de América. El resultante nuevo enfoque, de que el Canal constituye simplemente un recurso natural de la República de Panamá, y de que la explotación como tal, es factible sin mermar ni lastimar los derechos soberanos y jurisdiccionales de Panamá, debe ser interpretado y ubicado dentro de las técnicas de creatividad solamente como la definición del problema, como el nuevo planteamiento, que pretende llegarle al corazón mismo del problema. Es axiomático que la definición no es la solución del problema, aun cuando técnicamente sí representa más de un 75 por ciento de su correcta y última solución.

La sinéctica creativa, según nuestra experiencia, es muy apropiada para descubrir las múltiples ramificaciones de un problema tan complejo como lo es el del Canal de Panamá, para encontrar, precisa

y concretamente, cuál es el problema dentro del problema. Creemos que esto se ha logrado.

Este nuevo planteamiento tiene el mérito de que nos ayuda a lograr dos decisiones básicas en nuestras relaciones con los Estados Unidos de América. En primer término, la decisión fundamental de que cualquier nuevo tratado, que en modo alguno merme o lastime nuestra soberanía nominal y efectiva, o que limite, impida o restrinja el pleno ejercicio de nuestra jurisdicción, no resuelve el problema central que representan las causas de conflicto entre los dos países, y que en consecuencia ese nuevo tratado vendría a mantener latente el problema, con la secuela de posibilidades de un resurgimiento y recrudecimiento negativo a corto plazo.

En segundo término, la decisión fundamental de que el mantenimiento, seguridad y defensa del Canal no son incompatibles con nuestra soberanía total ni con nuestra plena jurisdicción en todo el territorio de la República.

Si se nos permite, podemos citar nuestra experiencia personal durante la Segunda Guerra Mundial (1941-1945), cuando nos tocó iniciar y desarrollar el nuevo departamento de Relaciones con la Zona del Canal en el ministerio de Relaciones Exteriores, así como organizar y presidir la Comisión Permanente de Reclamos, integrada por representantes de los ministerios de Gobierno y Justicia, Hacienda y Tesoro y Agricultura, destinada a conocer y resolver todos los reclamos emanados del Convenio de marzo de 1942, sobre Sitios de Defensa.

Nuestra experiencia, repetimos, nos lleva a la convicción íntima de que no existe incompatibilidad entre el mantenimiento, seguridad y defensa del Canal y la soberanía total y la plena jurisdicción de Panamá dentro de la conocida hoy como Zona del Canal.

En efecto, el día 1 de agosto de 1944, cuando la Segunda Guerra Mundial se encontraba en su punto más álgido, a más de un año

de Hiroshima, nos tocó gestionar ante el Estado Mayor del ejército norteamericano, en Quarry Heights, Zona del Canal, la izada de nuestro emblema nacional en la enorme Base Aérea de Río Hato, nervio vital en la cadena de aeropuertos militares que defendían el Canal. El éxito de nuestra gestión con respecto a una base en donde por muchos años solo había ondeado el pabellón norteamericano, precisamente en el instante más álgido de una conflagración mundial en la que el Canal ocupaba prioridad número 1, viene a sustentar nuestra tesis antes expuesta, de que no existe incompatibilidad entre el pleno ejercicio de nuestra soberanía y jurisdicción, por un lado, y la seguridad y defensa del Canal en situaciones extremas de peligro y de amenaza.

Debe también dejarse aquí constancia de que durante la expresada guerra no se suscitó un solo caso de sabotaje al Canal, y que la total, absoluta y sincera cooperación de Panamá jamás dejó de existir, como ha sido plenamente reconocido por los Estados Unidos. Y que si el reconocimiento de nuestra total soberanía y jurisdicción hecho en Río Hato y todos los demás sitios de defensa tuvo algún efecto, fue el de fortalecer y estrechar los vínculos entre Panamá y los Estados Unidos de América en la defensa conjunta del Canal, en aquella hora de peligro.

Panamá, durante la Segunda Guerra Mundial cooperó con los Estados Unidos hasta con sus muertos. Esto ocurrió cuando surgió la necesidad de extender la pista del aeropuerto militar en La Candelaria, cerca de Pocrí, provincia de Los Santos y cuando se hacía necesario el traslado de los cadáveres del cementerio. Los cadáveres exhumados fueron en esa ocasión simbólicamente depositados en una fosa en ceremonia de profundo significado y silenciosa elocuencia.

Tenemos la confianza de que estas dos decisiones básicas, alcanzadas mediante la sinéctica creativa, tenderán -con el transcurso de los años- a independizarse de su fuente y a convertirse por su propio

valor intrínseco en la verdadera solución a nuestro problema del Canal. Esto nos trae al recuerdo las lapidarias frases de U Thant, exsecretario general de las Naciones Unidas, quien dijo: “Ya no son los recursos con que contamos los que limitan nuestras decisiones. Son las decisiones las que crean los recursos”.

Panamá, pues, puede contar solo con recursos limitados, pero no adolece de falta de decisiones básicas.

Finalmente, al llegar ya al fin de esta jornada literaria, en el ámbito de la creatividad, hemos experimentado una satisfacción enorme por la coincidencia de conceptos con uno de los máximos expositores de la creatividad. de nuestro capítulo titulado: “Creatividad = Motivación = Pleno Funcionamiento”. Nos referimos a lo expuesto por Abraham H. Maslow en su obra póstuma “Los Límites Recónditos de la Naturaleza Humana” (The farther Reaches of Human Nature), recién publicada.

Este era nuestro enfoque: “Pero el mensaje particular nuestro es que, desde todos los puntos de vista, desde todas las diferentes posiciones que hemos considerado, la creatividad es, antes que nada, motivación para el pleno funcionamiento del hombre. Y que la creatividad nos ofrece concretamente los medios para lograr nuestras más caras aspiraciones y anhelos”.

Expresa Maslow: “Mi sentimiento es que el concepto de la creatividad y el concepto del hombre saludable, que actualiza su ser, de la persona totalmente humana, se acercan cada vez más y más, y quizá al final vengan a resultar la misma cosa”.

No hemos exagerado, pues, el poder mágico de la creatividad, ni andábamos despistados en nuestro enjuiciamiento.

La creatividad nos lleva directamente al corazón de nuestro pensamiento.

Repetimos: cada pensamiento creativo es como una plegaria impregnada de fe, que ha sido atentamente escuchada y debidamente atendida.

Llevemos pues la imagen de nuestras aspiraciones al seno creativo de la vida, y allí dejemos la impresión indeleble de nuestra fe positiva. Si hacemos esto, todas nuestras aspiraciones se convertirán en realidad.

BIBLIOGRAFÍA

Allen, Myron S. "Morphological Creativity". Editora: Prentice Hall. Inc., Englewood Cliffs, N. J.

Anderson. Harold H., "Creative and its Cultivation", Harper & Brothers, New York, 1959.

Anderson, Harold H. "Creativity and its Cultivation". Harper & Brothers, New York.

Arnold, J. E. Técnicas creativas útiles. (de la obra de S. Parnes y H. F. Harding -A source Book for Creative Thinking) (Inglés). Editora: New York: Scribners, 1962.

Ardizzone, M. Dell immaginazione (italiano). Editora, Palermo: Tip Giornale di Sicilia, 1869.

Baker, J. V. El río sagrado: la teoría de Coleridge de la imaginación. (Inglés). Editora: Baton Rouge: LA State University. Press. 1957.

Baker, Sam S. "Your Key to Creative Thinking". Editora Harper & Row, New York.

Barker, Raymond C., Maltz, Maxwell. The Conquest of Frustration, Grosset & Dunlap, Inc., 1969.***

Barker, Raymond C., The Science of Sucessfull Living. Dodd, Mead & Co. 1957. ***

Barker, Raymond C., The Power of Decision, Dood. Mead & Co., 1968.***

Barker. Raymond C., Treat Yourself o Life, Dodd, Mead & Co., 1964. ***

Barron, F. & Taylor. C. W. Creatividad Científica. Editora John Wiley, 1963.

Barron. F. Distorsión neurótica del proceso creativo (Inglés). Conferencias Porter, Serie 22. 1958.

Barron, F. El escritor creativo. (Inglés). Editora Calif. Mon. 1962.

Barron, F. Creatividad y la salud psicológica. (Inglés). Editora Princeton, N. J., Van Nostrand, 1963.

Barron, R. Localizar y desarrollar la creatividad (inglés). Publicación Escuela de Diseño de Rhode Island. 1961.

Barron, F. “La Psicología de la Imaginación”. (Inglés). Publicación Sci. Amer. 1958 (también S. J. Parnes & H. F. Harding. Scribners 1962, p. 227-238).

Barron. F. “Original en relación con la personalidad y el intelecto” (Inglés). Publicación: J. Pers., 1957.

Barron. F. Visión creativa y expresión en la pintura y literatura. (Inglés). Editora Berkeley, Niver. California, 1962.

Barron, F. Creatividad: Qué nos dicen las investigaciones acerca de ella. (Inglés). Publicación, NEA Journal, 1961.

Barron. F. Psicoterapia y creatividad (Inglés). Editora Copenhagen. Munksgaard, 1962.

Barron, F. “Inventario de una filosofía personal” (Inglés). Editora Berkeley, Univer. of California Press. 1952.

Bennis, Warren, "Eulogy for Abraham H. Maslow", The Journal of Creative Behavior, Vol. 5, número 1, 1971.

Bergson, Henri. "The Creative Mind". Editora Greenwood Press, New York.

Beechold, Henry F. "The Creative Classroom", Charles Scribner's Sons, 1971.

Besse, A. y otros. "La Promoción de Ideas". Editora Francisco Casanovas 49-51 Barcelona, España.

Bishop, George, "Faith Healing". Sherbourne Press Inc., 1967.

Bortz, Edward L. "Creative Aging". Editora The MacMillan Company, New York .***

Buckles, Robert A. "Ideas, Inventions and Patents". Editora John Wiley & Sons, Inc., New York.

Chorness, M. H. "Aumentando la creatividad de grupos en la solución de problemas". (Inglés). Publicación, J. Communications. 1958.

Cobb Stanwood. "The Importance of Creativity". Editora The Scarecrow Press Inc., Metuchen, N. J.

Crawford, Robert P. "The Techniques of Creative Thinking". Editora Hawthorn Books Inc., New York .***

Crawford, Robert P. "Direct Creativity". Editora Fraser Publishing Co., Wells, Vermont. .***

Creative Education Foundation. "The Journal of Creative Behavior". Editora State University College at Buffalo, 1300 Elmwood Ave., Buffalo, New York . Cropley, A. F., Creativity, Longman, 1971.

Davis, Gary A., Scott, Joseph A. Training Creative Thinking, Holl, Rine heart and Winston, 1971.

De Bono, Edward "New Think". Editora Basic Books. Inc. New York .***

Drucker, Peter F., "The Efective Executive", Harper & Row, New York, 1967.***

Drucker, Peter F., "Managing for Results". Harper & Row, New York.

Drucker, Peter F., "Landmarks of Tomorrow", Harper & Row. New York.

Drucker, Peter F., "The Practice of Management", Harper & Row, New York. Drucker, Peter F . "Concept of the Corporalion", Harper & Row, New York.

Dunbar, Flanders, "Mind and Body, Psycrosomaic Medicine", Random House, 1955.***

Egri, Lajos. "The Art of Creative Writing", Editora The Citadel Press, New York .

Flesch, Rudolf. "The Art of Clear Thinking". Editora Harper & Row, New York.

Fonlcuberta, Antonio Blay, "La Personalidad Creadora", Técnicas Psicológicas y Liberación Interior. Editorial Jims, Barcelona, 1967.

Fox, Emmet, "Power Through Constructive Thinking", Harper & Row, 1940.

Galton, F. "Investigación de las facultades humanas y su

Desarrollo” (Inglés). Editora E. P. Dutton, New York, 1911.

Gardner, John W. “Sell-Renewal”. Editora Harper Colophon Books, New York.

Gardner, John W., “The Recovery of Confidence”, W. W. Norton & Co., 1970.***

Garn. Roy “Emotional Appeal”. Editora Ace-Star Book, mediante arreglo con Prentice-Hall Inc.

Garrett, Alfred B. “The Flash of Genius”. Editora D. Van Nostrand Co., Inc., Princeton, N. J.

Garrison, Webb B. “Creative Imagination in Preaching”. Editora Abingdon Press, New York.

Ghiselin, Brewster, “The Creative Process”. Editora: A Mentor Book, The New American Library.

Gilmore, Forrest E. “How to Invent”. Editora Gulf Publishing Co, Houston, Texas.

Goble, Frank G., “The Third Force, The Psychology of Abraham Maslow”, Grossman Edition, 1970. Pocket Book, 1971.

Goldner, Bernard B. “La Estrategia del Pensamiento Creador”. Editada Compañía Editorial Continental, S. A., Calzada de Tlalpan 4620, México 22, D. F.

Gordon, William J. J. “Synectics”. Editora-Harper & Row, New York.***

Guilford, J. P. “Habilidades del Pensamiento” (Inglés). Publicación de Res. Rev. (Oficina de Investigación de la Armada) Nov. 1953.***

Guilford, J. P. “El Pensamiento Creativo” (Inglés). Publicación: Wisdom, 1957.***

Guilford, J. P. “La naturaleza de la Creatividad” (Inglés). Publicación West. Wash. Coll. Bull, 1960.***

Guilford, J. P. “Una teoría informativa del pensamiento creativo” (inglés). Publicación: USAF Instructors’ J. 1963. ***

Guilford, J. P. “Pensamiento creativo y solución de problemas”. (inglés). Publicación: Calif. Teac. Ass. J. 1964.***

Guilford, J. P. y Herrifield, P. R. “Pensamiento creativo en los estudiantes de secundaria” (Inglés). Publicación Rep. psychol. Lab. No. 26. Los Ángeles: Univer. Southern Calif. 1961.***

Guilford, J. P. “¿Puede desarrollarse la creatividad?” (Inglés). Publicación Art. Educ. 1956.***

Guilford, J. P. “Habilidades humanas en la educación” (Inglés). Publicación Calif. J. Instr. Improv. Dic. 1958.***

Guilford, J. P. “Qué se debe hacer en cuanto a la creatividad en la educación” (Inglés). Publicación Western Regional Conference on Testing Problems of the Educational Teaching service, Los Angeles, 1962.***

Guilford, J. P. “Problemas básicos en la enseñanza de la creatividad” (Inglés). Publicación Conferencia sobre creatividad y la enseñanza. La Jolla, Calif. Agosto de 1964. (mimeógrafo).***

Guilford, J. P. “Factores en la solución de problemas” (Inglés).
Publicación ARTC Instructors J. 1954.***

Guilford, J. P. “La Estructura de la Inteligencia” (Inglés).
Editores Scribners 1968, New York.***

Guilford, J. P. “Creatividad: su medida y desarrollo” (Inglés).
(Un libro base para el pensamiento creativo). Editores New York:
Scribners, 1962.***

Guilford, J. P. “Creatividad” (Inglés). Publicación de Amer.
Psychol., 1950.

Gutman, H. “Las raíces biológicas de la creatividad” (Inglés).
Publicación Genet. Psychol. Monogr. 1961.

Haefele, John W. “Creativity and Innovation”. Editora Reinhold
Publishing Corp. Chapman & Hall, Ltd.. London. Inglaterra.

Hasbrook, Elsa. “Las condiciones de la creatividad” (Inglés).
Publicación Prog. Educ., 1931.

Hecht, M. R. “Brainstorming: tontería o beneficio? (Inglés).
Editora Canadian Chem. Proces., 1956.

Hodnett, Edward. “The Art of Problem Solving”. Editora Harper &
How, New York.***

Holmes, Ernest, “The Power of An Idea, Science of Mind”
Publications, 1965.***

Holmes, Ernest, “The Basic Ideas of Science of Mind, Science of
Mind” Publications, 1969.***

Hutchinson, Elliot D. “How to Think Creatively”. Editor Abingdon
Press. New York.***

Holmes, Fenwick L., Ernest Holmes: "His Life and Times". Dodd, Mead & Co., 1910.***

Kirkpatrick, Charles Atkinson "Salesmanship". Editora South-Western Publishing Co, Cincinnati.

Kalff, L. C., "Creative Light", Van Nostrand Reinhold Co., 1971.

Leterman, Elmer G. "How Showmanship Sells" Editora Harper & Row, New York (USA).

Leterman, Elmer G. "The New Art of Selling". Editora Harper & Row, New York.

Leuba, Clearence J., "A Road to Creativity", The Christorpher Publishing House, 1971.

Lowenfeld, V. & Britain, W. L. "Creatividad y desarrollo mental". (Inglés). Editora: Edición revisada. New York Mac Millan. 1964.

Lowenfeld, V. "Aspectos básicos en la enseñanza creativa" (Inglés). Editora New York Scribners, 1962.

Lowenfeld, V. "Texto básico para el pensamiento creativo". (Source book for creative thinking) (Inglés).

Lowenfeld, V. "Qué es enseñanza creativa". (ver obra de E. P. Torrence) (Inglés). Editora Univer. Minn. 1959.

MacKinnon, D. W. "Talento Creativo". La búsqueda del talento. Editora Princlon, N. J. 1960.***

MacKinnon, D. W. "La Persona Altamente Efectiva" (inglés). Publicación. Teachers College Record. 1960.***

- MacKinnon, D. W. "Estimulando la Creatividad en los Estudiantes de Ingeniería". Publicación J. Engng Educ. 1961.***
- MacKinnon, D. W. "Televisión y la Creatividad". Un trabajo presentado en la Conferencia para el mejoramiento de la utilización de la educación (Inglés). Dictada por Marshall Ond., Sept, 1962.***
- MacKinnon, D. W. "Características de la persona creativa" (Inglés). Publicación: National Education Association, 1961.***
- MacKinnon, D. W. "Intelecto y motivación en los inventores científicos" (Inglés), Editora Princeton University Press, 1962.***
- MacKinnon, D. W. "La mente creativa: contribución a una mesa redonda" (Inglés). Editora North. Calif. Bull, AIA. 1958.***
- MacKinnon, D. W. "Identificando y desarrollando la creatividad" (Inglés). Publicación Memoria del 110. Instituto de Ingeniería Industrial. Cal. 1959.***
- MacKinnon, D. W. "Qué hace una persona creativa" (Inglés), Publicación Sat. Rev. 1962.***
- MacKinnon, D. W. "Pronosticando la creatividad y el éxito" (Inglés). Editora: MacGraw-Hill 1963.***
- MacKinnon, D. W. "El proceso creativo y la personalidad creativa" (Inglés). Conferencia dictada en el 10º Instituto para la Solución Creativa de Problemas. Buffalo. N. Y, 1964.***
- MacKinnon, D. W. "Cómo hacerse arquitecto". Arch Rec., agosto 1959.
- Maltzman I. Pensamiento. (Inglés). Publicación Psychol, Rev. 1955.

Maltzman, I. "Fluidez y originalidad" (Inglés). Publicación Percepml. Skills, 1963.

Mangan, James T "Secrets of Selling Yourself to People". Editora Prentice-Hall Inc., Englewood Cliffs, N. J.

Mangan, James T. "The Knack of Selling Yourself". Editora The Darnell Corporation, Chicago (USA).

Marks, M. R. "La solución de problemas como una función de la situación" (Inglés). Publicación Amer. Psychol. 1951.

Maslow, Abraham H., "Motivation and Personalily", Harper & Row, New York, 1954.***

Maslow, Abraham H., "Pschology Today", julio 1968. Maslow, Abraham H., Toward a Psychology of Being, Van Nostrand, New York 1962.***

Maslow, Abraham H., "The Psychology of Science", Harper & Row, New York. 1966.***

Maslow, Abraham H., "Eusychian Management", Richard D. Irvin Inc., y Dorsey Press, 1955.***

Maslow, Abraham H., Editada por Maslow "New Knowledge in Human Values" Harper & Row, 1959. ***

Maslow, Abraham H., "The Farther Reaches of Human Nature", New York The Viking Press, 1971.***

Mason, Joseph G. "How to Be a More Creative Executive". Editora McGraw -Hill Book Co., Inc., New York.***

Mavit, H. "L' intelligence creative". (Francés). Editora Paris. Alcan, 1939.

Mawardi, B. H. "Secuencia del pensamiento en la solución creativa de problemas" (Inglés). Publicación Amer. Psychol. 1960.

McClelland, David C., Winter, David G. "Motivating Economic Achievement", The Free Press, 1971.

McDonald, Alice O. "Indicadores en la enseñanza educativa" (Inglés). Editora J. Home Econ. 1961.

McEarchron, K. B. Jr., "Desarrollo de la habilidad creativa en un sistema educacional" (Inglés). Publicación Engng Educ. 1947.

McMahan, R. H. Jr., "Lo que la General Electric ha aprendido del Brainstorming" (Inglés). Publicación Sales Management. 1958.

McPherson, J. H. "Creatividad: la llave para el progreso constante" (Inglés). Publicación American Management Association, 1960.

McPherson, J. H. "El Gerente creativo" (Inglés). Editora Midland, Mich.: Hawkins, 1964.

McPherson, J. H. "Cómo utilizar las personas creativas de manera efectiva" (Inglés). Publicación American Management Association, Chicago 1958.

McPherson, J. H. "El jefe de Compras creativo" (Inglés), Editora ST. Paul, Minn. Hawkins, 1963.

McPherson, J. H. "¿Es Ud. creativo?" (Inglés). Prod. Engng. 1968.

McPherson, J. H. "¿Qué es creatividad?" (Inglés). Publicación American Management Association, 1960.

Meadow, A. & Parnes, S. J. "Evaluación del adiestramiento en la solución creativa de problemas" (Inglés). Publicación J. Appl. Psycho., 1959.

Miller III, James R., "Professional Decision Making", Praeger Publishers 1970, New York.

Nichols, William, "Words to Live" By, Simon and Schuster, 1959.

Osborn, Alex F. "Imaginación Aplicada". Editora Velflex, José Antonio 57 Madrid. (Agotada). Puede obtenerse la versión inglesa original "Applied Imagination" de Charles Scribner's Sons, New York.***

Parnes, Sidney J., Harding, Harold F. "A Source Book for Creative Thinking", Charles Scrib, New Edition.

Parnes, Sidney J. "Creative Behavior Guidebook" Editora Charles Scribner's Sons of New York (USA).***

Parnes Sidney J. y Harding, Harold F. "A Source Book for Creative Thinking". Editora Charles Scribner's Sons, New York (USA).***

Pauli. W. J. "Confusión y la solución de problemas" (Inglés). Publicación Clearing House, 1960.

Peter (Laurance J., The Peter Prescription, William Morrow & Co., 1972.

Pickett, G. B. Jr., "Dele una solución creativa" (Inglés). Editora Army, 1957.

Prince, George M., "The Practice of Creativity", Harper & Row. New York, 1970.

Putkiewicz, Z. "Procesos del pensamiento de los estudiantes mientras resuelven problemas aritméticos difíciles" (Inglés). Editora Nowa Szkola, 1955.

Reeves, Elton, "The Dynamics of Group Behavior", American Management Association, 1970.

Rosner. Stanley & Abt., Lawrence E., "The Creative Experience", Grossmann Publishers, New York, 1970.

Russell. Frank C. "A Billion Dollars at your Fingertips". Editora Prentice-Hall. Englewood Cliffs, N. J.

Segal, Mendel. "How I developed My Personal Selling Power" Editora The Dartnell Corporation, Chicago.

Siedel, George J. "The Crisis of Creativity". Editora University of Notre Dame Press -Notre Dame -London.

Simberg, A. L. "Creativity at Work". Editora: Industrial Education Institute, 221 Columbus Ave., Boston, Mass.*** Smith, Bradford, Meditation. ,J. B. Lippincott Co., 1963.

Schneider, Le Roy, "Be careful of what you want, you hight get it" Stone Printing Co., 1910.

Schwartz, David Joseph. "The Magic of Thinking Big", Prentice-Hall Inc., 1959.

Symons, P. M. "La psicología de la solución de problema" (Inglés). Publicación: Harv. Teach. Rec. 1933.

Taylor, Calvin W. y Williams, Frank E. "Instructional Media and Creativity". Editora John Wiley & Sons, Inc. New York.

Thouless, Robert H. "How to Think Straight". Editora Simon and Shuster, New York.

Torrance, E. Paul. "Guiding Creative Talent". Editora Prentice Hall Inc. Englewood Cliffs, N. J.***

Uraneck, W. O. "La solución creativa de problemas para el adiestramiento del planificador" (Inglés). Editora Train. Dir., Julio 1964.

U. S. Army Management School. "Cuaderno de Trabajo para la solución creativa de problemas militares" (Inglés), Editora Fort Belvoir, Va. 1963.

Von Fange, Eugene. "Professional Creativity". Editora Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, N. J. (USA).***

Weaver. H. E. & Madden, E. H.. "Dirección en la solución de problemas" (Inglés). Publicación: J. Psychol. 1949.

Wertheimer. Max. "Productive Thinking". Editora Harper & Row, New York (USA).

Yeck, John D. "How to Get Profitable Ideas". Editora MacCrawHill Book Co., New York.***

EDUARDO VALDÉS GUARDIA
(1912-1994)



Nació en Bruselas, cuando su padre ejercía un cargo diplomático ante el gobierno de Bélgica.
(Foto de agosto de 1944)

Hijo de Manuel María Valdés Arce y Emma Guardia Vieto. Manuel María Valdés Arce, su padre, fue el único hermano varón del presidente Ramón Maximiliano Valdés Arce, y como él, un destacado jurista.

Emma Guardia era la hermana mayor de cuatro hijas de Aurelio Guardia, quien fuera ministro de Hacienda de la joven República, y María del Rosario Vieto. Las hermanas de Emma Guardia también hicieron lucidas alianzas: Esperanza se casó con el Dr. Gregorio Miró, distinguido abogado y hermano del poeta; Luz, se casó con el Dr. Octavio Méndez Pereira, gestor de la Universidad de Panamá y su primer rector; y Rosario, que casó con el Dr. Harmodio Arias, presidente de la República y eximia figura de la vida nacional.

A Emma Guardia, madre de Eduardo Valdés Guardia, se le reconocía un intelecto brillante: hablaba varios idiomas y se interesaba ávidamente por la literatura universal.

Sus tíos maternos, Aurelio Guardia, fue comandante de la Policía Nacional, y Tomás Guardia, es considerado el Padre del Sistema Vial de país.

Se graduó en la carrera de Derecho en la Universidad de Nueva York, Estado de NY, E.U.A., y al regresar a Panamá realizó los estudios correspondientes a la revalidación de su título en la Universidad de Panamá, Facultad de Derecho y Ciencias Políticas, siendo luego profesor de Derecho en la misma.

Tuvo el honor de ser uno de los jueces de Distrito más jóvenes de Panamá y conjuez de la Corte Suprema de Justicia.

Durante la Segunda Guerra Mundial fue presidente de la Comisión de Reclamos y funcionario de enlace entre el Gobierno de Panamá y las autoridades civiles y militares de la Zona del Canal. Director del Departamento de Relaciones con la Zona del Canal, del Ministerio de Relaciones Exteriores. En esta delicada posición logró evitar múltiples enfrentamientos entre poblaciones panameñas que eran afectadas por la ocupación de tierras para bases militares norteamericanas durante la guerra, dando muestras de una aptitud natural para la negociación innovadora, aptitud que luego se vería encauzada cuando se especializa en técnicas para propiciar la creatividad intelectual. Durante este periodo, 1945 y en plena guerra mundial, consiguió que se enarbolara la bandera panameña en la base militar de Río Hato, ceremonia de la cual guardó con especial orgullo la foto, en la cual aparece en la tarima representando al gobierno panameño, en compañía del general norteamericano que era su contraparte.

Tan pronto se crea la Zona Libre de Colón, el Lic. Eduardo Valdés es designado (por el presidente Enrique Jiménez) promotor de la misma en Europa, por lo que recorrió varios países dictando conferencias ante importantes foros, para atraer negocios hacia lo que en esos momentos apenas era el esbozo de una entidad que llegaría a significar tanto para la economía nacional.

El Lic. Eduardo Valdés fue delegado de Panamá en distintas reuniones de la CEPAL, BID y CIAP.

Como presidente del Colegio Nacional de Abogados de Panamá creó e impulsó los Consultorios Jurídicos Populares; y fue miembro del Consejo Directivo de la Federación Interamericana de Abogados. El concepto de mutua representación entre abogados de distintos países, que podríamos considerar precursor de la actual globalización de los servicios legales, despertaba su más vivo interés, y fue promotor de la creación del Bufete Interamericano de Panamá, impartiendo innumerables seminarios de Solución Creativa de Problemas, tanto al sector público como privado, no solamente en Panamá, sino en Costa Rica.

Don Eduardo o el “*Judge*”, como lo apodaban sus amigos por los años que ejerció como juez, se casó con la señora Thelma Escoffery, de cuyo matrimonio nació Beatriz Valdés Escoffery, abogada, periodista creadora del Semanario Cultural El Heraldito, y reconocida escritora con múltiples premios de literatura otorgados por el Instituto Nacional de Cultura de Panamá, en Costa Rica y Guatemala; y Eduardo Valdés Escoffery, quien ha ejercido por más de tres décadas como magistrado del Tribunal Electoral.

Su hija Beatriz nos deja esta semblanza de su padre: “Era una persona increíblemente positiva. Desbordaba buen humor y le encantaba conversar, compartir cualquier novedad que estuviera leyendo o tema que le apasionara en ese momento. Lo acompañé en muchos viajes, pues le gustaba romper con la rutina. Además, mantuvo hasta su último día una mente ágil, abierta a los cambios y mirando complacido hacia el futuro. Jamás lo oí decir que los tiempos pasados fueron mejores; por el contrario, acogía enseguida las innovaciones. Un recuerdo muy temprano que conservo es el de un aparatoso aire acondicionado en su habitación, debió ser uno de muy pocos en Panamá, pues eso fue en 1944. En 1955 hizo traer en el barco en el que yo regresaba al país de mis estudios, un gran mueble

con una de las primeras televisiones en el país para ver el único canal entonces operando, Canal 8, de la entonces Zona del Canal. Y en 1960 lo acompañé, más entusiasmado que un adolescente, en el que a lo mejor era, si no el primero, seguramente uno de los primeros vuelos de avión a propulsión que partía de Panamá.

Mi padre sentía un interés y una preocupación permanente y vital sobre el devenir de Panamá. Siempre estaba informado del acontecer político, y con su hermano Manuel María -Nen Valdés-abogado, economista y fundador de varios periódicos, analizaban el futuro de nuestra democracia. En la vida familiar, fue siempre un padre paciente y justo en asuntos disciplinarios, y muy involucrado en nuestro desarrollo intelectual. Constantemente nos repetía, a mi hermano y a mí, que como la vida está llena de problemas, debíamos considerarlos oportunidades: oportunidades para cambiar una situación insatisfactoria por otra mejor y más promisoria.

En lo que sí era muy conservador y tradicional era en el valor que daba a los lazos familiares. Visitaba a sus parientes regularmente, en especial a los mayores. Además, se aseguraba de relatarme hechos de su vida que involucraban actos bondadosos de algún familiar hacia su madre, Emma, que había quedado viuda con cuatro hijos pequeños que educar, y cuyo recuerdo veneraba.

Fue autor de varias obras como “Explicación de la Ley 24 de 1941, sobre la nacionalización del comercio en Panamá”; “La Culpa o Negligencia como Base de Responsabilidad Civil”; “Los Consultorios Jurídicos Populares en Panamá”; “Manual Práctico de Creatividad” en 1969, el “Poder Mágico de la Creatividad” en 1973 y “The Roots of the Problem to the Panama Canal Issue” en 1975.

Quisiéramos concluir este resumen de su hoja de vida con la frase que aparece en la contraportada de su último libro, y en la que creía tanto:

“Las grandes oportunidades no obedecen a circunstancias externas independientes, sino al estado de alerta, sensibilidad, receptividad y buen juicio que caracteriza al hombre creativo; porque cuando se está realmente listo, todo lo demás está listo también”.

