

LA MOTIVACIÓN COMO NECESIDAD DE LA CREATIVIDAD.

Ing. Mayli Estopiñan Lantigua¹

1. Universidad de Matanzas – Sede “Camilo Cienfuegos”,
Vía Blanca Km.3, Matanzas, Cuba.
mayli.estopinan@umcc.cu



CD de Monografías 2015

(c) 2015, Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos”

ISBN: XXX-XXX-XX-XXXX-X



Resumen

Las distintas escuelas de psicología tienen diversas teorías sobre cómo se origina la motivación y su efecto en la conducta observable. El presente trabajo hace una valoración de la estrecha relación entre motivación y creatividad y explora las acciones que debemos evitar, para motivar a los educadores, objetos de nuestro análisis, de manera tal que no afecte la creatividad de la persona a quién se motiva.

Palabras claves: motivación, creatividad.

CD de Monografías 2015

(c) 2015, Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos”

ISBN: XXX-XXX-XX-XXXX-X



Introducción

Los asuntos de motivación son un tema palpitante. A las organizaciones y a sus líderes les interesa cómo motivar a su gente para poder atraer y retener el mejor talento, para maximizar el rendimiento en el trabajo, para fomentar las capacidades de cada organización de crecer, desarrollarse, conseguir sus objetivos, avanzar hacia sus visiones. Los múltiples estudios realizados en las últimas décadas han revelado un vínculo explícito entre creatividad y motivación. Esta relación se hace aún más importante dentro del contexto de nuestras Universidades.

Atendiendo a que la motivación es aquello que antecede a toda actividad humana y que energiza nuestra orientación y el mantenimiento de esas actuaciones y conductas. Es por ello que la motivación se encuentra, en última instancia, en el corazón mismo de los principios y convicciones de los hombres (Acosta, 2013), percibimos cuando las personas se sienten satisfechas y motivadas con lo que hacen un conjunto de sentimientos muy agradables, poseen y mantienen un optimismo contagioso, están impregnados de unos impetuosos deseos de vencer, sean cuales sean los obstáculos que haya que saltar, manifiestan alegría y euforia, se mejoran notablemente las relaciones interpersonales, tienden a asumir las tareas en equipo y aceptan los cambios con mayor facilidad que las personas desmotivadas.

A su vez el desarrollo de la creatividad requiere motivación, disposición y confianza. Tal y como lo afirmó Norman Vicent Peale: "Puedes, si crees que puedes". Esto indica que la creatividad es obra o consecuencia de la convicción de que "si puedo". Si desoímos las voces que nos desalientan y aprendemos a creer en nuestra inteligencia y en el poder de nuestra mente para producir o encontrar las respuestas, comenzarán a aparecer en abundancia. Es simple: a mayor autoestima, mayor creatividad. El desarrollo de la creatividad tiene múltiples beneficios (Ramos, 2013):

- Aumenta y hace permanente la capacidad de generar ideas.
- Permite vivir de manera productiva dejando atrás la rutina y la rigidez mental.
- Amplía nuestra calidad de vida.
- Favorece la tendencia a vivir una vida más activa y sin aburrimiento.
- Nos hace sentirnos vivos, especiales y originales.

CD de Monografías 2014

(c) 2015, Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos"

ISBN: XXX-XXX-XX-XXXX-X



- Nos otorga libertad, capacidad de emerger de situaciones complejas y críticas.

En correspondencia con los rasgos que manifiestan las personas que se sienten motivadas encontramos los beneficios de desarrollar la creatividad. Por lo cual el presente artículo pretende introducirnos en la estrecha relación entre motivación y creatividad y explorar las acciones que debemos evitar, para motivar a los educadores, objetos de nuestro análisis, de manera tal que no afecte la creatividad de la persona a quién se motiva.

Desarrollo

Psicología de la Creatividad: Los animales irracionales, no son creativos – muchos menos los minerales y las plantas, dado que producen lo que hacen repitiendo las formas: panales, nidos, hormigueros, sobre una pauta rutinaria y generalmente heredada. El humano creativo se pensó en la antigüedad que estaba inspirada por las musas o la divinidad. Los motores o motivadores de la creatividad que distinguen son: la conciencia de sabernos limitados en muchos aspectos, sobre todo en la existencia que nos obliga a actuar rápido; el deseo de autorrealización, reconocimiento y respeto de nuestros semejantes; el gusto por el liderazgo; la anticipación, el ser primero en algo e ir a la vanguardia. El creativo nace y se hace. Para alcanzar un grado notable en este camino, se requiere un potencial heredado y un equipamiento biológico normal; a lo que se tiene que agregar una educación permisiva con un grado razonable de libertad.

La definición de creatividad la trataremos como ideas aclaratorias para abrir el paso al contenido.

- La creatividad es eso que estás pensando, si es que estás pensando.
- La creatividad es ver algo, y ver allí mismo algo más y diferente.
- Creatividad es, producción de ideas novedosas y útiles.
- La creatividad es la generación de ideas nuevas que nos conducen a la superación personal.
- La creatividad es una actitud ante la vida. Libertad para ser auténtico como ser humano.

CD de Monografías 2014

(c) 2015, Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos”

ISBN: XXX-XXX-XX-XXXX-X



- La creatividad es un proceso mental abierto a los sentidos para expresar un sentimiento, una vivencia cualquiera, superando las barreras sociales y mentales.
- Pensar que todo lo creativo es nuevo y es innovación valiosa.
- Crear es llenar el espacio de ideas nuevas, actitudes positivas y amor.
- Creatividad es crecer cada día con nuevos descubrimientos.
- Es... amanecer a la luz de cada día pensando creativamente que harás hoy para ser feliz.
- Creatividad es educar de manera trascendente.

¿Para qué sirve estudiar la creatividad? (Rarmirez, 2004)

- Para mejorar la calidad de la propia vida.
- Para decidir cómo hacer la propia vida más productiva.
- Para tratar de encontrar respuestas provechosas a los problemas, grandes o pequeños.
- Para tratar de alcanzar ese modo humano de ser que parece llenar de placer a los creativos o, por lo menos, ser más satisfactorio que el modo humano retrógrado o excesivamente tradicionalista.
- Para aprender a ser competente y original.
- Para encarar la actividad profesional, como una posibilidad casi elitista de dedicarse a lo que a uno le encanta hacer... ¡y además, recibir honorarios!
- Para ilustración cultural.
- Para decidirse por una modalidad propositiva.
- Para motivarse a participar en el “juego” de la vida y no limitarse a ver los toros desde la barrera.
- Para disponer de algunas fórmulas para practicar el pensamiento divergente.

CD de Monografías 2014

(c) 2015, Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos”

ISBN: XXX-XXX-XX-XXXX-X



- Para vivir con alegría y optimismo, a la caza de ideas fecundas a fin de emprender proyectos útiles; vivir profesionalmente llenos de actividad participativa.
- Para recibir profundas satisfacciones y placer espiritual ante los continuos logros que se obtienen gracias al esfuerzo innovador, la constancia y la perseverancia.

La Motivación

La motivación puede definirse como el señalamiento o énfasis que se descubre en una persona hacia un determinado medio de satisfacer una necesidad, creando o aumentando con ello el impulso necesario para que ponga en obra ese medio o esa acción, o bien para que deje de hacerlo. Son las actitudes que dirigen el comportamiento de una persona hacia el trabajo y lo apartan de la recreación y otras esferas de la vida. Es el impulso que inicia, guía y mantiene el comportamiento, hasta alcanzar la meta u objetivo deseado. (Belizario, 2015)

La motivación, por consiguiente es el estado anímico impulsor que aquella realidad atractiva ocasiona en nosotros, dando lugar normalmente a una tendencia productiva.

Si la motivación es el hecho de seleccionar -consciente o inconscientemente- un motivo que nos ayude a nosotros mismos o a los demás a realizar una acción o un conjunto de acciones encaminadas a un objeto digno de ser alcanzado (Lima, 2014), entonces la enseñanza, para que sea efectiva del todo, necesita motivos al igual que necesitamos razones. A nuestro entender en nuestros centros universitarios los líderes tienen más que motivos y razones para motivar a los docentes, puesto que en la actualidad existe una situación crítica en cuanto a la estabilidad de los profesores en el sector al igual que en la calidad de la docencia.

La motivación exige necesariamente que haya alguna necesidad de cualquier grado; ésta puede ser absoluta, relativa, de placer o de lujo. Siempre que se esté motivado a algo, se considera que ese algo es necesario o conveniente. La motivación es el lazo que une o lleva esa acción a satisfacer esa necesidad o conveniencia, o bien a dejar de hacerlo. Los motivos pueden agruparse en diversas categorías:

- En primer lugar figuran los motivos racionales y los emocionales.

CD de Monografías 2014

(c) 2015, Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos”

ISBN: XXX-XXX-XX-XXXX-X



- Los motivos pueden ser egocéntricos o altruistas.
- Los motivos pueden ser también de atracción o de rechazo, según muevan a hacer algo en favor de los demás o a dejar de hacer algo que se está realizando o que podría hacerse.

Teorías de la Motivación

Existen algunas teorías que explican cuando una persona se siente motivada o tiene motivación, entre estas tenemos: (Belizario, 2015)

1. Teoría de las Necesidades: Se concentra en lo que requieren las personas para llevar vidas gratificantes, en particular con relación a su trabajo. Teoría de Maslow.
2. Teoría de los dos factores de la motivación: Esta es la teoría desarrollada por Frederick Herzberg a finales de los años cincuenta, en la cual se dice que tanto la satisfacción como la insatisfacción laboral derivan de dos series diferentes de factores. Por un lado tenemos a los factores higiénicos o de insatisfacción, y por el otro a los motivantes o satisfactores.
3. Teoría ERG: Esta es la teoría expuesta por Clayton Alderfer. Éste estaba de acuerdo con Maslow en cuanto a que la motivación de los trabajadores podía calificarse en una jerarquía de necesidades. Es importante destacar que la teoría ERG difiere de la de Maslow en dos puntos: En un primer punto Alderfer señala que las necesidades tienen tres categorías: Existenciales, de Relación (relaciones interpersonales) y de Crecimiento (creatividad personal). En segundo lugar menciona que cuando las necesidades superiores se ven frustradas, las necesidades inferiores volverán, a pesar de que ya estaban satisfechas.
4. Teoría de las tres necesidades: John W. Atkinson propone en su teoría que las personas motivadas tienen tres impulsos: La necesidad del Logro, la necesidad del Poder y la necesidad de Afiliación. El equilibrio de estos impulsos varía de una persona a otra.
5. Teoría de la Equidad: El factor central para la motivación en el trabajo es la evaluación individual en cuanto a la equidad y la justicia de la recompensa recibida. El término equidad se define como la porción que guarda los insumos laborales del individuo y las recompensas laborales. Según esta teoría las personas están motivadas cuando experimentan satisfacción con lo que reciben de acuerdo con el

CD de Monografías 2014

(c) 2015, Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos"

ISBN: XXX-XXX-XX-XXXX-X



esfuerzo realizado. Las personas juzgan la equidad de sus recompensas comparándolas con las recompensas que otros reciben.

1. Teoría del Reforzamiento: Es la llevada a cabo por el psicólogo B. F. Skinner. En esta se explica que los actos pasados de un individuo producen variaciones en los actos futuros mediante un proceso cíclico que puede expresarse así: a modo de síntesis puede citarse lo siguiente con respecto a esta teoría, es decir, la idea de que la conducta que tiene consecuencias positivas suele ser repetida, mientras que la conducta que tiene consecuencias negativas tiende a no ser repetida.

Basándonos en lo anteriormente visto podemos decir que cada una de las teorías muestra la satisfacción de algunas necesidades más importante que las personas han conseguido alcanzar a lo largo del tiempo. En ellas se destacan además, que las personas deciden cuál es su grado de satisfacción, comparando de manera consciente sus necesidades y circunstancias. También refleja la variación notable de una persona a otra, y en una misma persona, a través del tiempo.

Los motivadores afirman que la creatividad no tiene límites; pero las personas sensatas saben que, en todo, es prudente no traspasar ciertas limitaciones que conviene reconocer.

Un primer tipo de limitaciones se refiere al aspecto físico; unas por parte del creativo, otra por parte del problema que se trata de resolver y otras correspondientes al ámbito o contexto en que actúa el creativo. En este caso veremos la que nos compete que sería las correspondientes al ámbito o contexto. En muchas ocasiones nuestros líderes por miedo a lo desconocido hacen resistencia al cambio, aspecto que puede frenar el carácter creativo de las personas así como los deseos de prosperar y desarrollarse. También sin pretender ser exhaustivos, mencionaremos circunstancias relacionadas con el ambiente, como la poca preparación de quienes reciben los productos que impide reconocer la calidad de las creaciones valiosas.

Limites objetables. Además de las limitaciones personales y ambientales, tenemos otras que se refieren al objeto, las que impiden un acertado diseño o una adecuada producción, por ejemplo no tener acceso a la materia prima, no contar con buen financiamiento, no tener a mano la tecnología más conveniente. En estos casos nuestros dirigentes deben luchar y realizar su mayor esfuerzo porque las personas que están creando no se frenen debido a estos detalles que muchas veces suceden por falta de coordinación, comunicación o interés de sus partes.

CD de Monografías 2014

(c) 2015, Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos"

ISBN: XXX-XXX-XX-XXXX-X



LAS BARRERAS, hay tres barreras psicológicas que inhiben el proceso creativo. Se manifiestan como falta de confianza, miedo a ser castigado, miedo al fracaso y a cometer errores. **Necesidad de conformidad.** Se manifiesta a través de la seguridad basada en el orden y las normas. Hay necesidad de lo repetitivo, de ambientes y condiciones poco cambiantes; hay miedo a ser diferente o a no enbunar en los patrones culturales y psicológicos del entorno, incapacidad de usar todos nuestros mecanismos de percepción, inconscientes y de evaluar con libertad. Todo esto se manifiesta como una resistencia a intentar cosas nuevas, falta de empuje, de motivación y la insensibilidad para detectar problemas. **Ocupacionalismo.** Estas barreras se refieren básicamente a la especialidad en que se trabaja, a las ocupaciones que se desarrollan. Ocurren con frecuencia al ver un problema. Por primera vez ejemplos:

- a) Dificultad en aislar el problema y observarlo desde diferentes puntos de vista.
- b) Tendencias a delimitar demasiado el área del problema.
- c) Ver solo lo que esperamos ver, la visión estereotipada, el juicio prematuro. d) Saturación todo se llena en forma prematura; no se utilizan todos los canales sensoriales de información.

Barreras emocionales. Limitan y colorean lo que vemos y lo que pensamos acerca de un problema. Ejemplo:

- a) El problema no parece estimulante. La situación no despierta nuestro interés.
- b) Demasiado celo, sobre motivación para tener éxito inmediato, solo se ve en una dirección.
- c) Hay miedo a fracasar, al riesgo.
- d) Sobre enfatizar la seguridad. El orden, hay incapacidad para tolerar la ambigüedad; no se tiene “apetito por el caos”.
- e) Se refiere juzgar las ideas en vez de generación.
- f) No es posible discernir, aflojar la tensión, incubar las ideas.

CD de Monografías 2014

(c) 2015, Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos”

ISBN: XXX-XXX-XX-XXXX-X



Con respecto a las barreras los líderes tienen que tener mucho cuidado puesto que en innumerables veces incidimos o ponemos de manifiesto estas barreras ante algún proceso creativo desarrollado por nuestros docentes, frenándolo por tal de no sobrecargarnos de más tareas o responsabilidades, por otro lado la tendencia que existe a agravar los problemas por lo que creemos que la soluciones que se crean no van a ser suficientes como para resolver el problema, poniendo impedimentos y desmotivando al ser creativo en sí.

Como la creatividad es aparentemente irracional y se sirve a veces de datos irracionales, en ocasiones una rígida racionalidad se opone a los cambios creativos. Motivación en psicología y filosofía, son las cosas que mueven a la persona a realizar determinadas acciones y persistir en ellas para su culminación. Este término está relacionado con el de voluntad y el del interés.

Conclusiones

Las distintas escuelas de psicología tienen diversas teorías sobre cómo se origina la motivación y su efecto en la conducta observable. Motivación, en pocas palabras, es la voluntad para hacer un esfuerzo, por alcanzar las metas de la organización, condicionado por la capacidad del esfuerzo para satisfacer alguna necesidad personal.

Por lo que compartimos el criterio del profesor Alberto Jorge Acosta cuando se refería a que un trabajador adecuadamente entrenado y óptimamente motivado constituye el activo más valioso que puede tener cualquier empresa. La mejor infraestructura solo será productiva, si la gente que la integra también lo es.

CD de Monografías 2014

(c) 2015, Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos”

ISBN: XXX-XXX-XX-XXXX-X



Referencias Bibliograficas

Acosta, A. J. (2013). Motivación. *Motivación*. Matanzas.

Belizario, C. r. (2015). *SlideShare: Creatividad e Innovación*. Obtenido de <http://www.slideshare.net/search/slideshow?searchfrom=header&q=Universidad+P+eruana+de+las+Americas%2CIngenier%C3%ADa+de+Computaci%C3%B3n+y+sistemas%2C+Creatividad+e+innovaci%C3%B3n>

Lima, E. R. (2014). Cómo motivar a los alumnos y desarrollar la creatividad en el aula. *Revista de la educación en Estremadura. ISSN: 1989-9041*.

Ramos, M. G. (2013). Educación, creatividad y ética profesion. *Educación, creatividad y ética profesion*. Facultad de Ciencias de la educacion de la Universidad de Carabobo , Departamento de Ciencias Pedagógicas, Valencia , Venezuela.

Rarmirez, R. L. (2004). Pensamiento creativo. En R. L. Rarmirez, *Pensamiento creativo* (págs. pp. 128-133). Mexico, Mexico: Compañía Editorial Continental.

CD de Monografías 2014

(c) 2015, Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos”

ISBN: XXX-XXX-XX-XXXX-X

