

# La curiosidad y la creatividad, impulsos vitales del ser humano

Museos como espacios  
para el bienestar



Universidad **Tecmilenio**  
Instituto de Ciencias del Bienestar y la Felicidad



**MUSEOS  
POSITIVOS**

## La creatividad impulso vital del ser humano

Los seres humanos somos creativos por naturaleza. Gracias a esa fuerza poderosa que es la creatividad, es que hemos crecido y evolucionado como civilización. Sin ese impulso vital, simplemente no existiríamos, pues la creatividad sirve, entre otras cosas, para resolver problemas y eso, nos ayuda a sobrevivir.

No hay una definición única para la creatividad, principalmente porque es un concepto que cambiante (De la Torre, 2002). En este texto comprenderemos el impacto de practicar procesos de auto-conocimiento, despertando la curiosidad hacia nosotros mismos, para activar nuestra creatividad.

La creatividad es la habilidad que tenemos los seres humanos para proponer y resolver problemas. Las personas, el ambiente o los objetos son agentes que potencian los procesos creativos. Es gracias al pensamiento lateral que podemos encontrar soluciones poco convencionales, contrario al pensamiento lógico o vertical que encuentra soluciones de forma rígida (De Bono, 1991).





Otra definición es la siguiente:

La creatividad es la combinación entre la imaginación y la realidad dando como resultado ideas nuevas y diferentes que ayudan a resolver un problema o aportan en el desarrollo de la sociedad. Es poner la imaginación a trabajar, es la imaginación aplicada. (Robinson, 2010).

Al respecto, uno de los científicos más brillantes de nuestros tiempos, nos regala una frase que permite ahondar más en su relevancia: *“La imaginación es más importante que el conocimiento. El conocimiento es limitado, mientras que la imaginación no lo es”* (Albert Einstein, 1969).

Tan fundamental es el papel que juega la creatividad en nuestra vida que gracias a ella dejamos las cavernas, dominamos especies y viajamos al espacio (Corrales, 1991).

La UNESCO (2014;2015). establece que la creatividad es una herramienta que puede contribuir a la transformación social y a encontrar soluciones a los grandes problemas que enfrentamos actualmente.

Uno de los grandes problemas es la incertidumbre, que se ha incrementado en los últimos tiempos. Y para aprender a vivir en ese estado requerimos que individuos y comunidades podamos adaptarnos con imaginación y capacidad de innovación.

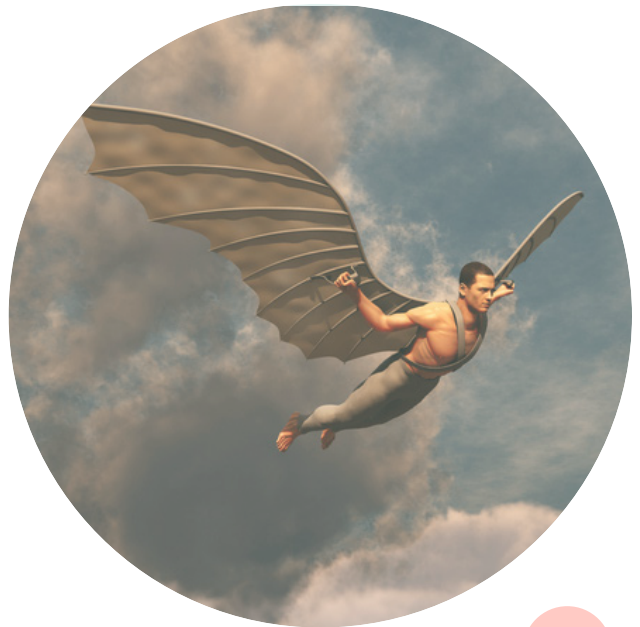
Gobiernos, individuos, familias, escuelas, centros de trabajo y más aún, los museos debemos generar las condiciones necesarias para diseñar espacios de aprendizaje en donde se tome en cuenta el desarrollo de habilidades creativas para inventar nuevas formas de organizarnos en sociedad y crear nuevos sentidos. (Arizpe, 2001).

Toda competencia del ser humano está subordinada al ambiente en el que se desarrolla el sujeto, reiteramos que si bien, es una cualidad innata, se puede incrementar a través del aprendizaje, estimularla, o en su defecto, coartar por factores internos o del ambiente en el que se encuentra la persona.

En cualquier ámbito de la vida, actuar con creatividad, marca la diferencia entre el fastidio y la alegría, entre la depresión y la realización personal.(Corbalán, 2003).

Veamos un ejemplo:

Un hombre de bajos recursos sufrió la lamentable pérdida de su hijo, al tiempo que se queda sin empleo. No tenía acceso a una computadora ni dinero para imprimir su CV. Hacer uso de la creatividad como fortaleza de carácter, (Seligman, 2011) lo llevó a escribir su currículum en las hojas de un cuaderno y pegarlo por la ciudad. En esos letreros escribió su nombre, añadió datos de contacto y habilidades: “Busco trabajo en rancho, tengo experiencia en el manejo de ganado, también sé capar, ordeñar, hago queso y domo potros. Mi nombre es Ángel Medina, de 44 años, sin malos vicios”. Muchas personas tomaron fotos de las hojas que Ángel pegó en los postes y las compartieron en sus redes sociales. La historia se hace viral, por lo que recibió



más de 30 ofertas de empleo. (INFOBAE, 2021). Sin duda, es una historia que nos inspira a vivir con creatividad y recordar el impacto que tiene en nuestro bienestar, contar o no con habilidades creativas ¡Úsalas como propulsor para enfrentar los desafíos de cada día!

## La curiosidad por conocerse a sí mismo y su relación con la creatividad

A pesar de que la vida misma es terreno fértil para poner en práctica nuestras capacidades creativas, no todos tenemos el mismo desenvolvimiento para hacer frente a las vicisitudes cotidianas. (Elizondo, 2020).

¿En qué radica que alguien tenga mayores habilidades creativas? ¿Tiene algo que ver con la auto-percepción y el auto-conocimiento? ¿Por qué es importante activar la curiosidad e identificar qué pensamos sobre nosotros mismos?

Las teorías actuales de la creatividad reconocen que la autopercepción y autovaloración determinan en gran medida el desarrollo de la creatividad (Kaufman, Beghetto y Watson, 2016; Pretz y Kaufman, 2015).

Esto es cómo nos percibimos a nosotros mismos y la manera en la que valoramos nuestro potencial y desempeño creativo.

Estas construcciones personales cambian y se reconstruyen constantemente en interacción con los demás, incidiendo en nuestros logros y posibilidades creativas. (Beghetto y Karwowski, 2017; Glaveanu, 2017).

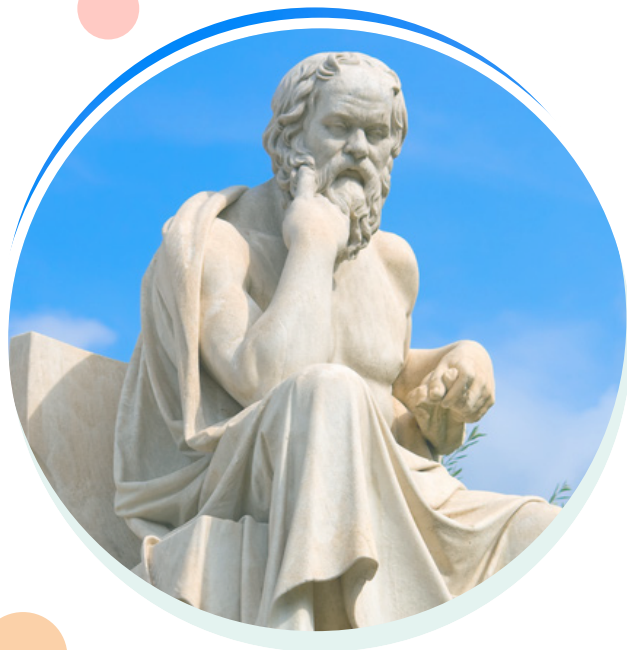


Estas construcciones personales son dinámicas y se construyen y reconstruyen permanentemente en interacción con otras personas. Varias investigaciones han observado efectos de las autopercepciones en la creatividad (Kaufman, Beghetto y Watson, 2016; Pretz y Kaufman, 2015). Es decir, estas construcciones subjetivas inciden en los desempeños creativos de las personas condicionando sus logros y posibilidades.

De ahí la importancia de la curiosidad hacia dentro, ¿Quién estoy siendo? ¿Qué me motiva? ¿Cuál es mi pasión? ¿Qué me gusta? ¿Cuáles son mis fortalezas? ¿Dónde tengo que modificar mi comportamiento y mi mentalidad? son algunas preguntas clave para resignificar nuestro yo creativo. Cuando realizamos este análisis estamos hablando de situar la curiosidad hacia nosotros mismos.

Todd Kashdan, científico conocido por sus investigaciones en el campo de la curiosidad, afirma que la curiosidad posibilita que otros componentes de la psicología positiva funcionen (emociones positivas, fortalezas de carácter, etc.) (Jarden, 2012). Al respecto menciona que, normalmente pensamos en la curiosidad como una forma de pensar hacia afuera. Sin embargo, la curiosidad tiene un gran poder: puede utilizarse en cualquier momento como un rayo láser que podemos dirigir hacia fuera o hacia nosotros mismos.

Hemos olvidado los periodos de reflexión, de contemplación y la importancia de identificar nuestros valores, qué es lo que nos importa y lo que queremos. Lo cual deriva en una experiencia positiva, si tenemos claridad y voluntad para resignificar. Entonces, la contemplación, la introspección, la curiosidad hacia uno mismo, y este completo sistema de significado vital son un terreno fértil, no




sólo para mirarnos con la posibilidad de crearnos y recrearnos constantemente en el desarrollo de todas nuestras habilidades, sino también en resignificar nuestra propia existencia, tomando postura de nuestro ser y actuar en el mundo. Ya que, irónicamente la creatividad puede ser una habilidad para generar acciones de bienestar, creando beneficios personales y colectivos, o bien, puede ser usada en detrimento del propio ser humano, de los seres que nos rodean, del planeta Tierra. Es la fuente de nuestros problemas y es nuestra solución. (Robinson, 2010).

Para saber hacia dónde estamos dirigiendo nuestros impulsos creativos, es importante detenernos, hacer una pausa, conocer cuáles son nuestras emociones, pensamientos y fortalezas de carácter. En este punto resulta relevante mencionar el trabajo realizado fundamentalmente por Chris Peterson y Martin Seligman, que ha dado lugar a una clasificación de 24 fortalezas y a varios instrumentos de evaluación, disponibles de forma gratuita en el sitio oficial de psicología positiva, pues estas fortalezas son el resultado de la búsqueda de los aspectos más valiosos y deseables del ser humano, y es dentro de la virtud de Sabiduría y Conocimiento que se encuentra la creatividad y la curiosidad. (Hervás, 2009).

¿Estás listo para hacer una pausa y mirarte?

## Referencias

- Arizpe, L. (2001). Cultura, creatividad y gobernabilidad, en E. Mato (comp.) *Estudios Latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización*. Argentina: CLACSO.
- Corbalán, J. et al (2003). *CREA. Inteligencia creativa. Una medida cognitiva de la creatividad*. España: TEA Ediciones.
- Corrales, J. (1991): *La gestión creativa. Un nuevo método para desarrollar la creatividad y buscar ventajas competitivas*. España: Editorial Paraninfo.
- De Bono, E. (1991). *El pensamiento lateral: manual de creatividad*. España: Paidós Empresa.
- De la Torre, S. (2002). La creatividad de un didacta o cómo dejar huella en la enseñanza. *Educación*, (Número extraordinario). Recuperado de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/125744/1/545928.pdf>

- 
- Glaveanu, V., and Beghetto, R. (2017). The Difference That Makes a 'Creative' Difference in Education. En R. A. Beghetto & B. Sriraman (eds.). *Creative Contradictions in Education*. Estados Unidos: Springer International Publishing
  - Guilera, L. (2020). *Anatomía de la creatividad*. Barcelona, España: Marge Books.
  - Hervás, G. (2009). Psicología positiva: una introducción. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 23(3). Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27419066003>
  - INFOBAE. (2021). *Redactó su CV a mano, se volvió viral en redes sociales y obtuvo 30 ofertas de empleo*. Recuperado de <https://www.infobae.com/america/mexico/2021/07/18/redacto-su-cv-a-mano-se-convino-viral-en-redes-sociales-y-obtuvo-30-ofertas-de-empleo/>
  - Jarden, A. (2012). Psicólogos positivos y psicología positiva. Creative Commons. Recuperado de [https://www.academia.edu/36993737/PSICÓLOGOS\\_POSITIVOS\\_Y\\_PSICOLOGÍA\\_POSITIVA](https://www.academia.edu/36993737/PSICÓLOGOS_POSITIVOS_Y_PSICOLOGÍA_POSITIVA)
  - Kaufman, J. (2012). Counting the Muses: Development of the Kaufman Domains of Creativity Scale (K-DOCS). *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 6. DOI: 10.1037/t17613-000
  - Kaufman, J., Beghetto, R., y Watson, C. (2016). Creative metagnition and self ratings of creative performance: A 4-C perspective. *Learning and Individual Differences*, 51. 394-399. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1041608015001168?via%3Dihub>
  - Kaufman, J., y R. Beghetto (2009). Beyond Big and Little: The Four C Model of Creativity. *Review of General Psychology*, 13(1).
  - Robinson, K. (2010). *El elemento*. España: Grijalbo.
  - Seligman, M. (2011). *Flourish*. Estados Unidos: Free Press, a trademark of Simon & Schuster, Inc. [http://www.who.int/rarebooks/official\\_records/constitution.pdf](http://www.who.int/rarebooks/official_records/constitution.pdf)



La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.