



EL PENSAMIENTO CREATIVO EN LA ORIENTACION VOCACIONAL DE LOS ADOLESCENTES

Enrique Merino Tejedor
Universidad De Valladolid

RESUMEN

En este trabajo se presentan ciertas aplicaciones del pensamiento creativo al campo de la orientación vocacional de los adolescentes. Normalmente cuando se piensa en toma de decisiones en el mundo de la orientación, se suelen considerar aspectos racionales, pero no otros aspectos incluidos dentro de lo que se ha venido denominando pensamiento lateral. En primer lugar se plantean los usos y bloqueos que pueden tener lugar en el desarrollo del pensamiento creativo de la orientación. A continuación aparecen una serie de propuestas específicas que pueden ser tenidas en cuenta a la hora de plantearse algún tipo de intervención en el campo de la orientación vocacional. Concretamente, se plantean algunas sugerencias provenientes de las aportaciones de Carl Rogers al mundo de la educación y de los planteamientos de Edward de Bono en el campo de la creatividad.

Palabras Clave: Orientación vocacional, creatividad, pensamiento lateral

SUMMARY

The purpose of the present article is to present certain applications of the creative thinking on the field of career counselling with adolescents. Traditionally, it has been considered a rational approach to decision-making, taking aside some aspects related to lateral thinking. In first place, there are considered some uses and barriers in the general development of creative thinking applied to career counselling. Then, some proposals for career intervention are proposed; particularly those related to the approaches from Carl Rogers and Edward de Bono.

Key Words: Career Counselling, creativity, lateral thinking



OBJETIVOS

El presente trabajo tiene como objetivo presentar algunas sugerencias para fomentar el uso del pensamiento creativo en la orientación vocacional de los adolescentes. Tradicionalmente siempre se han tenido en cuenta aspectos más racionales en el campo de la orientación (Merino, 2007), pero también es interesante incorporar otra serie de estrategias más relacionadas con el mundo de la creatividad.

Gracias al pensamiento creativo o pensamiento lateral se pueden incorporar nuevas perspectivas al campo de la orientación. Es importante reflexionar sobre los posibles bloqueos que pueden estar presentes cuando un joven tiene que tomar decisiones relacionadas con su futuro académico y profesional. Además, las intervenciones desde el pensamiento creativo pueden ayudar a superar estos bloqueos que desde otra perspectiva más racional puede que no sean considerados.

DESARROLLO DEL TEMA

La toma de decisiones vocacionales puede seguir varias formas de razonamiento, incluyendo el deductivo, el inductivo y el creativo o lateral. El autor E. de Bono (1970) sugiere que en la toma de decisiones surgen tres tipos de problemas. El primero es que es necesaria más información o se requieren mejores técnicas para manejar la información disponible. El segundo tipo de problema asociado a la toma de decisiones no requiere nueva información, pero demanda que los datos disponibles se reorganicen o reordenen de algún modo. El tercer tipo de problema existe cuando la situación actual es realmente satisfactoria, pero hay mejores alternativas disponibles.

Los seres humanos utilizan habitualmente métodos de pensamiento vertical (basados en la lógica deductiva o inductiva) para solucionar sus problemas. Estos tipos de lógica conllevan un proceso lineal, analítico y secuencial que sistemáticamente excluye información incorrecta e irrelevante y sigue el camino más probable para encontrar una solución (de Bono, 1970). Un proceso para la solución de problemas complementario al pensamiento vertical es el pensamiento creativo, una estrategia que se centra en generar tantas alternativas como sean posibles, no sigue necesariamente un camino dado hacia la solución, es no-secuencial, mantiene los datos "incorrectos e irrelevantes" en lugar de desestimarlos, y evita el clasificar o categorizar la información y las personas.

Por su parte, Gelatt (1989) ha recomendado que abandonemos la aproximación racional-objetiva en la toma de decisiones y la reemplacemos por una aproximación que él denomina "desarrollo de la incertidumbre positiva". Esta nueva aproximación hace una llamada a los orientadores para que ayuden a sus clientes a prepararse para el cambio y la ambigüedad continua asociada al cambio continuo. Gelatt también sugiere que los orientadores ayuden a sus clientes para que aprendan a utilizar su intuición y acepten otras aproximaciones no racionales en la toma de decisiones.

En apoyo a su recomendación de que los orientadores fomenten la incertidumbre positiva, Gelatt (1989) sostiene que la toma de decisiones es un proceso humano no científico, no sistemático, no secuencial, y que existen tres directrices que deberían dirigir el proceso. La primera es "considera tus hechos con imaginación, pero no imagines tus hechos".

La segunda directriz de Gelatt es "conoce lo que quieres y créelo, pero no estés seguro". Para Gelatt la orientación no es un proceso en el que haya que ayudar a los clientes a fijarse objetivos para después ir tras ellos. Para él, la toma de decisiones implica un proceso continuo de descubrir objetivos. Por este motivo, los alumnos deberían aprender a estar en un estado continuo de incertidumbre positiva sobre sus objetivos, manteniendo sus opciones abiertas durante todo el tiempo.



PSICOLOGÍA Y RELACIONES INTERPERSONALES

Gelatt concluye que el sujeto que toma decisiones debería ser racional a menos que haya una buena razón para no ser racional. Con esta tercera directriz Gelatt está apoyando una de las premisas básicas de De Bono, al afirmar que el pensamiento racional no debería ser descartado.

Usos del pensamiento creativo en la orientación

El pensamiento creativo puede ser utilizado de las siguientes formas:

- Para generar alternativas.
- Para romper estereotipos personales, ambientales y ocupacionales.
- Para fomentar la exploración creativa de las alternativas.
- Para evitar conclusiones prematuras en el proceso de la toma de decisiones.
- Para tomar conciencia de los diferentes tipos de bloqueos a la hora de decidir.

Bloqueos o barreras del pensamiento creativo

Este apartado nos puede servir como punto de partida para constatar cuáles son los bloqueos que presenta el sujeto cuanto acude a un proceso de orientación para tomar decisiones.

Simberg (1964) plantea la existencia de una serie de bloqueos a la hora de utilizar nuestro pensamiento creativo: bloqueos perceptuales, culturales y emocionales.

Bloqueos perceptuales

- Dificultad para aislar el problema.
- Dificultad causada por una limitación excesiva del problema (simplificar en exceso el problema).
- Incapacidad para definir los términos.
"No sé qué es exactamente lo que quiero hacer o estudiar"
- Dificultad para percibir relaciones remotas.
- Dificultad para investigar lo obvio.
"Mi elección de carrera pasa por la nota de selectividad"
- Incapacidad para distinguir entre causa y efecto.
"El tipo de carrera que elija, determinará de algún modo mi futuro profesional"

Bloqueos culturales

- El deseo de adaptarse a una norma aceptada.
"Mis padres quieren que haga una carrera"
- Deseo de ser prácticos y económicos.
"Lo más práctico es hacer empresariales"
- No es de buena educación ser muy curioso ni es inteligente dudar de todo.
- Dar demasiada importancia a la competencia o a la cooperación.
- Demasiada fe en las estadísticas.
"El 90% de los licenciados en historia está en paro"
- Dificultades que surgen por las generalizaciones excesivas.
"Hoy día no merece la pena hacer una carrera"



- Demasiada fe en la razón y en la lógica.
"Si hago empresariales es más lógico que me contraten"
- Tendencia a adoptar una actitud de todo o nada.
"O hago medicina o no hago ninguna carrera"
- Demasiados o muy pocos conocimientos sobre el tema de su trabajo.
"Conocimiento nulo de los jóvenes de las profesiones"
- Creer que no vale la pena acudir a la fantasía.

Bloqueos emocionales

- Temor a equivocarse o a hacer el ridículo.
"No estoy seguro de que el bachillerato me salga bien"
- Aferrarse a la primera idea o solución que se nos ocurre.
"Mi primera idea es hacer empresariales"
- Rigidez de pensamiento.
- Exceso de motivación para triunfar rápidamente.
"Quiero trabajar ya"
- Necesidad patológica de seguridad.
"Quiero estudiar algo que me dé seguridad absoluta en el futuro"
- Temor a los superiores y desconfianza en los compañeros y subordinados.
- Falta de perseverancia para trabajar en un problema hasta completarlo y experimentarlo.
- Falta de voluntad para poner en marcha una solución.
"Hacer psicología me supondría mucho esfuerzo al tener que trasladarme"

Propuesta de intervención

Los objetivos de la intervención en creatividad intentarán recoger, en la medida de lo posible, aquellos aspectos relevantes considerados por de Bono en su programa "CoRT":

- El programa deberá ser sencillo y práctico.
- El programa deberá ser utilizable en un amplio rango de edades, habilidades y culturas.
- Las destrezas de pensamiento entrenadas deberán ser destrezas requeridas en la vida real.
- El entrenamiento de las destrezas deberá ser independiente de los conocimientos previos que tengan los alumnos.
- Los estudiantes deberán ser capaces de transferir las destrezas aprendidas a una variedad de situaciones de la vida real.
- El aprendizaje deberá estar basado en la comprensión de las características de la mente.

También es importante tener en cuenta los aspectos sobre los que gira el programa CoRT de E. de Bono: Amplitud, Organización, Interacción, Creatividad, Información y Sentimiento, y Acción.

El objetivo de la intervención es comprobar si el pensamiento creativo puede servir como marco de referencia en el ámbito de la orientación vocacional y profesional. Para ello vamos a seguir los pasos que aparecen a continuación, teniendo en cuenta el marco teórico en el que nos desenvolvemos.

Para una intervención efectiva consideramos 2 fases importantes y diferenciadas, una primera fase en la que tendremos en cuenta las aportaciones de Rogers al pensamiento creativo durante las primeras



PSICOLOGÍA Y RELACIONES INTERPERSONALES

sesiones. En la segunda fase se plantean algunas estrategias sugeridas por de Bono para desarrollar el pensamiento creativo en el ámbito de la orientación vocacional. Según Rogers, las condiciones para que surja el pensamiento creativo son las siguientes:

1.- Aceptación incondicional

La aceptación incondicional supone aceptar al individuo tal como es, independientemente de cuáles puedan ser sus valores y de cuál pueda ser su conducta en un determinado momento.

2.- Ausencia de evaluación externa

Se debe brindar al individuo una atmósfera en la que no haya críticas ni valoraciones externas. En este sentido, conviene que la persona a la que se está orientando no perciba evaluaciones negativas a sus posibles opciones. Cuando la persona se encuentra en una situación en la que es libre para expresarse es más probable que encuentre soluciones más apropiadas a su situación personal.

3.- Comprensión empática

La comprensión empática implica penetrar en el mundo íntimo del otro y ver con los mismos ojos que él, con su misma perspectiva. La aprobación que percibe y siente un individuo cuando existe una relación empática le permite expresarse libremente y abrir su personalidad de una manera más sincera.

Por otra parte, dentro del planteamiento sugerido por E. de Bono, los autores Brown y Brooks (1991) proponen una serie de ideas muy interesantes que pueden ser aplicadas a la orientación vocacional.

1. La técnica del "por qué"

Se trata de que los alumnos desafíen sus propios patrones de pensamiento. Se les indica que se les va a preguntar en qué creen y por qué piensan de la forma en que lo hacen (e.g. "los hombres no pueden estudiar educación infantil"), para después pasar a un papel en que ellos mismos se pregunten "por qué".

Para conseguir una máxima efectividad con esta técnica, de Bono (1970) recomienda que la técnica del "por qué" se centre en un aspecto específico de la comunicación, algún aspecto concreto que el orientado desee trabajar o mejorar acerca de su situación personal.

2. Juicio suspendido

El juicio suspendido requiere que el alumno retrase deliberadamente la toma de decisión. En este sentido, de Bono (1970) cree que, con frecuencia, la toma de decisiones está sesgada y equivocada porque la gente cree que deben estar correctos en todas las etapas del proceso. Este asunto de "estar en lo cierto" conduce a un miedo inhibitorio que, en definitiva, conduce a tomar decisiones que son menos deseables que aquellas producidas por lo que él denomina "sistema de memoria auto-maximizador".

El juicio requiere que los alumnos evalúen la relevancia de la información, sus propios procesos de pensamiento así como las ideas sugeridas por otros. Por otro lado, cuando los alumnos abandonan el juicio, se permiten a sí mismos considerar las implicaciones de la información, dejan de censurar sus propios procesos de pensamiento, y consideran las posibilidades inherentes en las sugerencias hechas por los demás.

3. Fraccionamiento

Los alumnos que tienen que afrontar problemas críticos de orientación vocacional o desarrollo de la carrera a menudo los perciben como un todo y se sienten arrollados por lo que ven. El fraccionamiento es



un proceso de romper los problemas en partes, reordenando esas partes en nuevos patrones, e incluso creando partes nuevas. Dentro de su propuesta de Bono (1970) subraya que el solucionador de problemas no está buscando el camino idóneo para ordenar las partes, sólo modos nuevos y creativos de enfocar el asunto.

4. "Brainstorming"

El Brainstorming es un procedimiento usado en una variedad de estrategias de toma de decisión. Se utiliza comúnmente en situaciones de grupo, por ejemplo en el mundo de la empresa se usa para incrementar la creatividad de los empleados, pero también se puede adaptar para la utilización individual. El Brainstorming requiere que se suspenda el juicio acerca de lo correcto o incorrecto de las ideas que se van planteando. Se sugiere que el grupo o el sujeto comiencen a generar una serie de opciones sin ser sometidas a evaluación. El Brainstorming requiere que al final de la sesión de entrenamiento, se deberían identificar las ideas que tienen una utilidad inmediata, así como las que requieren una exploración adicional. Quizá más importante, las sugerencias que provocan nuevas formas de mirar hacia el problema deberían ser discutidas, y sus implicaciones exploradas.

5. Evitar la polarización

La polarización es el proceso por medio del cual muchas personas se clasifican a sí mismas de un modo rígido, por ejemplo: "No tengo habilidad para las matemáticas". "Odio todo lo que tiene que ver con la geometría". Desafortunadamente, cuando creamos formas polarizadas de pensar sobre nosotros mismos, tendemos a clasificar la información dentro de esas categorías y la procesamos utilizando las palabras a las que hemos unido esas categorías.

6. Enseñar a los clientes a decir "po"

El pensamiento vertical implica el proceso de decir no, no a la información, y no a las alternativas. "Po es al pensamiento creativo lo que no es al vertical. No es una herramienta de rechazo. Po es una herramienta de reestructuración" (de Bono, 1970). Es un artefacto lingüístico que puede resultar útil, creando nuevos modelos y desafiando los antiguos provocando nuevos patrones de pensamiento, rompiendo viejas formas de pensar, y permitiendo al pensador juntar partes de modelos que no podrían unirse lógicamente utilizando el pensamiento vertical.

En la orientación vocacional, los alumnos se ven expuestos frecuentemente a mucha información nueva. La primera inclinación es categorizar la información y decir "sí, es importante" o "No, no es importante". Po permite retener la información y retrasar el juicio sobre su utilidad. Es importante animar a los alumnos a decir Po a toda la nueva información, al menos hasta que pueda ser examinada en el contexto de otras informaciones relacionadas o no relacionadas. Po también puede ser utilizado como un permiso para estar equivocado. Las Reglas de Po son: "No hay reglas en la toma de decisiones".

7. La técnica de los seis sombreros pensantes

En 1985 de Bono sugirió que la toma de decisiones podría verse facilitada si la gente se pone figuradamente 6 sombreros de colores diferentes. Se trata de una técnica que puede ser utilizada de forma independiente o en combinación con otras técnicas, como alguna de las planteadas en esta revisión. Uno de



PSICOLOGÍA Y RELACIONES INTERPERSONALES

los sombreros, el de color azul, es el sombrero que se ocupa del control del proceso. En la práctica de la orientación, el orientador puede llevar el Sombrero Azul, y animar al alumno a ponerse los otros cinco siguientes:

Sombrero Blanco: Examina sólo los hechos verificables sobre sí mismo y sobre las carreras.

Sombrero Rojo: Utiliza corazonadas injustificadas, impresiones, y/o intuiciones sobre sí mismo y las carreras. Tiene en consideración cómo se siente uno sobre sí mismo y las carreras.

Sombrero Negro: El aspecto pesimista, crítico, mira hacia por qué las cosas no funcionarán.

Sombrero Amarillo: Optimista, representa el pensamiento positivo que se centra en los beneficios, en por qué las cosas saldrán bien. Es lo opuesto a la perspectiva ofrecida por el sombrero negro.

Sombrero Verde: Genera nuevos pensamientos, nuevas alternativas, y nuevas formas de ver los problemas. La toma de decisión se centra en aproximaciones creativas al cambio.

Lo importante de todo este proceso es que la persona que acude a la orientación vaya experimentando cada una de las situaciones que le sugieren los diferentes "sombreros pensantes".

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En este trabajo se han presentado una serie de propuestas para fomentar el pensamiento creativo en la orientación vocacional. En la actualidad algunos autores han sugerido la importancia de realizar intervenciones desde el campo de la creatividad y otras alternativas al pensamiento racional, como por ejemplo la fantasía guiada (Richardson, 1981). Precisamente, en esta misma línea se han llevado a cabo algunas intervenciones con el ánimo de buscar nuevos ámbitos en el campo de la orientación vocacional, concluyendo que la utilización de imágenes creativas en el proceso de la orientación puede ayudar a los sujetos a generar un mayor número de alternativas a la hora de tomar una decisión (Sarnoff y Remer, 1982).

Las sugerencias planteadas por Carl Rogers pueden ser muy útiles para la práctica de la orientación vocacional. Este autor señala tres aspectos que deben ser tenidos en cuenta para que el proceso orientador se desenvuelva en un ambiente de libertad y creatividad: la aceptación incondicional del orientador hacia el orientado, la congruencia del orientador con lo que dice y la empatía.

El pensamiento lateral puede aportar una visión complementaria a la toma de decisiones racional; en ningún caso hay que interpretar las sugerencias expuestas en este trabajo como un medio de trabajo independiente de otras intervenciones, sino como una aproximación de intervención adicional. Otros trabajos han señalado sugerentes estrategias dentro de un marco racional para la toma de decisiones (Merino, 2007). Siguiendo las propuestas que se plantean en este artículo, los profesionales de la orientación pueden abordar una nueva perspectiva que complemente las actuaciones habituales, ayudando a los adolescentes a enfocar sus decisiones desde nuevos puntos de vista.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Brown, D. y Brooks, L. (1991). *Career Counseling Techniques*. MA: Allyn & Bacon.
De Bono, E. (1970). *Lateral Thinking: Creativity Step by Step*. New York: Harper & Row.
De Bono, E. (1990). *Six Thinking Hats*. London: Penguin Books.
Gelatt, H.B. (1989). Positive uncertainty: A new decision-making framework for counseling. *Journal of Counseling Psychology*, 36, 252-256.



- Merino, E. (2007). La mejora del razonamiento en la orientación vocacional. *Revista Infad, International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 1 (2), 357-367.
- Richardson, G.E. (1981). Educational imagery: A missing link in decision making. *Journal of School Health*, 51, 560-564.
- Rogers, C.R. (1989). *El Proceso de Convertirse en persona*. Barcelona: Paidós (6ªed.).
- Sarnoff, D. y Remer, P. (1982). The effects of guided imagery on the generation of career alternatives. *Journal of Vocational Behavior*, 21, 299-308.

Fecha de recepción 1 Marzo 2008
Fecha de admisión 12 Marzo 2008