

Creatividad: La “espina dorsal” para un efectivo *wargaming*

Richard McConnell 

United States Army Command and General Staff College
University of Phoenix, AZ, United States.
richard.a.mcconnell4.civ@mail.mil

Marcelus Armindo Ribeiro Nogueira 

Escola de Comando e Estado-Maior do Exército, Instituto Meira Mattos
Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
comsoc@eceme.eb.mil.br

COLEÇÃO MEIRA MATTOS

ISSN on-line 2316-4891 / ISSN print 2316-4833

<http://ebrevistas.eb.mil.br/index.php/RMM/index>



“El oficial del Estado Mayor es un renovador, creativo e innovador. Debe luchar contra el conservadurismo, hacerse permeable a las nuevas ideas para poder escapar de la cristalización, del formalismo y de la rutina.

Marechal Castello Branco (SANTOS, 2004).

Esta frase del mariscal Castello Branco inspiró a varias generaciones de líderes del Ejército Brasileño a actuar ante lo inesperado. Hay un viejo dicho en el Ejército que dice: “Ningún plan de batalla sobrevive al contacto con el enemigo”. El dicho puede ser viejo, pero es cierto. Este tipo de sorpresas durante las operaciones se conocen en la doctrina del Ejército de los Estados Unidos como información excepcional: amenazas u oportunidades que no se habían previsto (UNITED STATES, 2022). La información excepcional está en el centro de este tema, lo que requiere que los líderes puedan tomar la iniciativa en la falta de órdenes. Sin embargo, cabe preguntarse cómo el líder puede determinar la mejor acción que debe emprender en el calor de la batalla. Esta idea es clave para la filosofía del mando de la misión. Los líderes en el frente deben pensar en el siguiente paso para cumplir con el propósito de su comandante tal como si este lo hubiera pensado en la misión. Esta imaginación requiere un trabajo creativo, casi como si el líder se hiciera pasar por el comandante, es decir, desempeñar ese papel.

Un intercambio reciente entre la Escuela de Comando y Estado Mayor General del Ejército de los Estados Unidos (CGSC) y la Escuela de Comando y Estado Mayor del Ejército (ECEME) fomentó las discusiones y prácticas sobre el *wargaming* (“combate simulado”), en la elaboración de planes para desarrollar los currículos centrados en esta práctica. El *wargaming* es un método efectivo que permite probar planes y descubrir las posibles fallas. Esta simulación requiere imaginación, anticipación y previsión, en resumen, creatividad. Y la creatividad es una habilidad clave para la efectividad del *wargaming*. Entonces, ¿cómo nosotros, líderes, podemos ser más creativos y, por lo tanto, mejores guerreros? La CGSC cree haber encontrado la respuesta.

En el verano de 2022, se realizó un experimento de método mixto en el Campus Satélite de la CGSC en Fort Belvoir, Virginia, y en su campus principal en Fort Leavenworth, Kansas. En este estudio participaron 254 estudiantes. El grupo de prueba asistió a una clase de creatividad experimental de dos horas de duración, diseñada para estimular los centros de creatividad del cerebro mediante la ciencia de los relatos. El grupo de control participó en una clase de creatividad que también duró dos horas en la cual se discutían los conceptos del pensamiento creativo. En este contexto, el grupo de prueba superó al grupo de control al mejorar la creatividad de los participantes. En la comparación entre los grupos, el grupo de prueba tuvo un aumento de 14 puntos en su cociente intelectual (CI) efectivo para resolver problemas complejos y abiertos bajo una restricción de tiempo. Por ejemplo, los investigadores constataron que en el grupo de 14 estudiantes hubo un incremento de casi el 20% en su creatividad (Tabla 1). Cabe preguntarse cómo esta creatividad puede ser útil durante el *wargaming*. Teniendo en cuenta que la creatividad es crucial para la efectividad del *wargaming*, creamos una forma de estimular la creatividad.

Tabla 1 – Hallazgos iniciales del grupo de prueba con 14 participantes

14 Participant Isolated Test Group initial finding

Admin #	Pre-Test				Post-Test				% Change
	Novelty	Suitability	Feasibility	All Mean	Novelty	Suitability	Feasibility	All Mean	
2077	3.25	3.25	3.25	3.25	3.50	3.75	3.75	3.67	12.82%
3197	1.25	1.25	1.00	1.17	2.50	2.50	2.50	2.50	114.29%
3314	5.00	4.75	4.50	4.75	6.00	5.00	5.75	5.58	17.54%
3711	3.75	4.25	4.25	4.08	4.75	4.50	4.75	4.67	14.29%
3903	3.50	4.25	4.25	4.00	4.75	4.25	4.75	4.58	14.58%
4076	3.75	4.25	4.00	4.00	4.50	4.50	4.75	4.58	14.58%
4161	3.75	3.75	4.00	3.83	3.75	4.00	4.25	4.00	4.35%
4481	3.50	3.75	3.75	3.67	4.00	3.75	4.50	4.08	11.36%
4872	4.50	4.25	4.75	4.50	5.00	4.75	5.00	4.92	9.26%
6887	5.00	5.00	4.75	4.92	5.75	4.75	5.75	5.42	10.17%
7700	3.75	4.00	4.00	3.92	4.75	4.25	4.75	4.58	17.02%
8445	3.75	3.50	3.25	3.50	5.00	3.25	2.75	3.67	4.76%
8960	3.25	4.00	4.00	3.75	4.75	4.50	4.50	4.58	22.22%
9001	5.00	4.50	4.25	4.58	5.50	4.75	4.25	4.83	5.45%
								Avg Change:	19.48%

**So what: Results indicate an improvement in creative thinking when participating in Narrative Practice
Average improvement: 19.48%**

Fuente: elaborada por los autores, 2023

Algunos líderes pueden preguntarse: ¿Cómo podemos participar en esto? ¿Cuál es el siguiente paso para el estudio de la creatividad y cómo podemos obtener las herramientas para mejorar nuestra creatividad y la de los soldados que lideramos? Estas preguntas nos complacen mucho.

En primer lugar, se aplicó este enfoque experimental con el fin de mejorar la creatividad y la resiliencia entre los estudiantes de la educación básica, en Ohio, en verano de 2022. Se realizará futuramente un estudio más a fondo para identificar el nivel de efectividad de este enfoque sobre la creatividad en otras comunidades. Por lo tanto, se compartirá más información de los resultados de este estudio en curso. En segundo lugar, las conclusiones de este estudio se están difundiendo en la Universidad del Ejército y otros medios. Por ejemplo, a los interesados en saber más informa-

ción sobre las conclusiones de este estudio, hay dos videos publicados por el canal de la CGSC en YouTube (McConnell, 2023b; McConnell, 2023a –enlaces incluidos en las referencias).

El informe de investigación sobre el estudio de la Creatividad se publicó en marzo (MCCONNELL et al., 2023). Asimismo, se publicará un artículo resumen con los detalles de este estudio y se espera que esté disponible en diciembre de 2023 (MCCONNELL; BENVENISTE, 2023). Por último, el que quiera comenzar a mejorar su creatividad de inmediato puede probar la *Creativity Field Guide*, que presenta 30 ejercicios simples para impulsar la creatividad (FLETCHER, 2021). Estos ejercicios podrían incorporarse fácilmente en el entrenamiento de la unidad o en el aula durante la Educación Militar Profesional sin ocupar demasiado tiempo (la mayoría de los ejercicios requieren de entre 15 y 30 minutos). La mejora de la creatividad está al alcance de todos, para ello, lo que se debe hacer es experimentarla. Algunos líderes pueden preguntarse, ¿por qué la creatividad es tan importante para el *wargaming* y qué efecto podría tener durante la ejecución de los planes?

Imagina que eres un líder militar ucraniano al mando de soldados. Una mirada al conflicto ucraniano-ruso permite ver el multiplicador de combate que viene demostrando la creatividad. El Ejército ucraniano, en menor fuerza, está superando las expectativas gracias a la creatividad. Una fuerza creativa más pequeña parece generar más poder y capacidades de combate que una fuerza más grande y menos creativa. En el futuro, la creatividad ya no será una opción, sino un requisito.

Afortunadamente para el Ejército Brasileño, sus líderes son algunos de los pensadores más creativos de la organización. En la ECEME, una institución que prepara a los futuros líderes del Ejército Brasileño, se alienta a los oficiales de campo a resolver problemas militares complejos y sin precedentes. Hay que tener en cuenta: ¿Cuántas veces los líderes tuvieron que adaptarse para resolver creativamente problemas que no esperaban en ese momento? Por ejemplo, ¿esto lo habían predicho los líderes militares brasileños que lideraron al Ejército para garantizar la seguridad en los Juegos Olímpicos de 2016 o en las operaciones humanitarias en la frontera con Venezuela desde 2018? Es probable que no, pero lo hicieron de todos modos. Los líderes del Ejército Brasileño ya se muestran creativos. Esta investigación puede contribuir aún más con esa creatividad. Teniendo en cuenta lo que estamos observando en Ucrania, y si pudieras volver a ti mismo y a tus soldados más creativos, ¿lo harías? Y si pudieras proporcionar a tus líderes sénior soluciones más creativas, innovadoras, nuevas y sorprendentes que les ayudaran a anticipar lo que está por venir y quitar la iniciativa al enemigo, ¿lo harías? Si fueras más creativo, ¿cómo esto podría mejorar el *wargaming*? Los hallazgos del estudio de creatividad proporcionarán herramientas a los líderes del Ejército Brasileño para utilizar en el campo, las cuales pueden mejorar no solo las operaciones, sino también el pensamiento que sostiene la planificación de esas operaciones. Te invitamos a probarlo.

REFERENCIAS

CREATIVITY STUDY research report in depth. [S. l.: s. n.], 2023. 1 vídeo (11 min). Publicado pelo canal **USArmyCGSC**. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=F1VczkoGV7A&t=8s>. Acceso en: 27 jun. 2023.

FLETCHER, A. **Creative Thinking**: A Field Guide to Building Your Strategic Core. Project Narrative. [S. l.]: Independently published, 2021.

FLETCHER, A.; ENCISO, P.; BENVENISTE, M. Narrative creativity training: A new method for increasing resilience in elementary students. **Journal of Creativity**, Abingdon, v. 33, n. 3, p. 1-8, 2023. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.yjoc.2023.100061>. Acceso em: 13 sept. 2023.

MCCONNELL, R.; BENVENISTE, M. Narrative Creativity Training: A Case Study from the US Army. **NCO Journal**, Kansas, April 17, 2023. Creativity. Disponible en: <https://www.armyupress.army.mil/Journals/NCO-Journal/Archives/2023/April/Creativity/>. Acceso em: 27 jun. 2023.

MCCONNELL, R.; KITE, J. R.; SAMOSORN, A.; STRONG, R.; SHOFFNER, T.; LONG, K *et al.* Improving Creative Thinking Through Narrative Practice. **Developments in Business Simulation and Experiential Learning**, Oklahoma, v. 50, p. 341-394, 2023.

SANTOS, F. R. **Marechal Castello Branco**: Seu Pensamento Militar. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército Editora, 2004.

UNITED STATES. Department of the Army. **FM 5-0**: Planning and Orders Production. Washington, DC: Government Printing Office, 2022.