

Creatividad Estratégica vs Creatividad Táctica

Análisis de sus definiciones y caracterizaciones en el deporte

Strategic creativity vs tactical creativity.

Analysis of their definitions and characterizations in sport.

Díaz Morocho Dorian¹

<https://orcid.org/0000-0002-6435-5324>

Cañizares Hernández Marta²

<https://orcid.org/0000-0001-9504-9779>

¹Carrera de Pedagogía de la Actividad Física, Universidad de Cuenca, Ecuador

²Facultad de Psicología Deportiva, Universidad Manuel Fajardo, Cuba

RESUMEN

Objetivo: Analizar y definir los conceptos de creatividad estratégica y creatividad táctica, necesarios para el empleo en el argot técnico del deporte.

Método: Se utilizó una metodología en cuatro etapas para revisiones bibliográficas, se establecieron criterios para analizar los conceptos encontrados de las bases de datos seleccionadas en inglés y español, posteriormente se analizaron los conceptos encontrados y se estableció factores no tomados en consideración en las definiciones para reestructurarlas en una versión amplia de los conceptos.

Resultados: La búsqueda produjo 100 resultados para el término de creatividad táctica y 56 para el término creatividad estratégica, luego se escogieron aquellos

artículos que conceptualizaban las terminologías por separado siendo seleccionados para el primer caso 8 artículos y para el segundo caso 5, y con ellos se analizó los conceptos.

Conclusiones: Los conceptos actuales de creatividad táctica y creatividad estratégica, es necesario para el primer concepto, se tome en consideración una de las características más importantes de la táctica que es: el análisis del oponente; para la segunda terminología se requiere que existan acercamientos hacia el quehacer deportivo, que tomen en cuenta la solución de problemas en base a una planificación, elementos propios de la creatividad y estrategia.

Palabras clave: creatividad estratégica, creatividad táctica, creatividad, estrategia, táctica

REVISIÓN



RPCAFD

Recibido: 05-06-2021

Aceptado: 15-12-2022

Autor correspondiente:

Ms Dorian Díaz M.

E:mail:

dorian.diaz@ucuenca.edu.ec



ABSTRACT

Objective: To analyze and define the concepts of strategic creativity and tactical creativity, necessary for the use in the technical jargon of sport.

Method: A four-stage methodology was used for bibliographic reviews, criteria were established to analyze the concepts found from the selected databases in English and Spanish, later the concepts found were analyzed and factors not taken into account in the definitions were established to restructure them into a broad version of the concepts

Results: The search produced 100 results for the term tactical creativity and 56 for the term strategic creativity, then those articles that conceptualized the terminologies separately were selected, being selected for the first case 8 articles and for the second case 5, and with them the concepts were summarized.

Conclusions: The current concepts of tactical creativity and strategic creativity, It is necessary for the first concept, to take into consideration one of the most important characteristics of the tactic which is: the analysis of the opponent; For the second terminology, it is required that there are approaches to sports work, that take into account the solution of problems based on planning, elements of creativity and strategy.

Keywords: strategic creativity, tactical creativity, creativity, strategy, tactics.

Introducción

El término creatividad táctica aparece por vez primera en un artículo titulado: Read and react: the football formula 1; por otra parte la creatividad estratégica es un término que aparece solo en el ámbito del marketing y los negocios según las bases de datos encontradas.

Estos términos compuestos evocan la creatividad, la cual, para diversos autores^{2,3,4,5}, lo consideran un proceso cognitivo, es por esto que en términos cognitivos dados por sus principales exponentes^{6,7,8,9}, coinciden en definirla como una actividad, algo que no sólo se queda en el pensamiento, siendo esta actividad una creación nueva que no obedece a producciones anteriores; completando a la definición de creatividad, por autores que lo han analizado a profundidad^{10,11,12,13}; coincidieron en definir a la creatividad como una producción nueva que no es copia de alguna producción anterior, conocida como originalidad, que genera soluciones a problemas y diversas respuestas llamado también como pensamiento lateral o fluencia; siendo las dos primeras características, también consensuales con los autores cognitivistas.

De las definiciones dadas, hay coincidencia entre autores en conceptualizar a la creatividad como una producción nueva, que no es copia de alguna producción anterior, que obedece a la solución de problemas y a la generación de diversas respuestas; siendo las dos primeras características también consensuales con los autores cognitivistas.

La táctica en variadas conceptualizaciones^{14,15,16,17}, coinciden en lo siguiente: la táctica son las acciones en el juego guiadas por el accionar del adversario y sus compañeros. Por otra parte la estrategia, un término que es empleado inicialmente en los enfrentamientos bélicos para la guerra, etimológicamente viene del griego “stratego” (el arte del general), muchos autores^{14,18,19} acuerdan en definir a la estrategia como un elemento planificado de acción o práctica, tomando en cuenta las condiciones de la competición con su diversidad de variables.

En consecuencia basado en las múltiples definiciones publicadas sobre estrategia, táctica y creatividad, este estudio buscó recopilar información y a partir de los estudios de estas definiciones, analizar conceptualmente la creatividad táctica y creatividad estratégica.

Metodología

Tipo de estudio

Se efectuó un estudio documental de revisión bibliográfica, ya que este estudio permitirá que otros investigadores consulten las fuentes bibliográficas citadas, pudiendo entender los conceptos de creatividad estratégica y creatividad táctica y quizá continuar el trabajo realizado. Se recolectó información desde el año 2015 hasta el año 2022, Para la revisión bibliográfica propuesta, se utilizó la “Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos”²⁰, la misma se compone de las siguientes fases: 1) definición del problema, 2) Búsqueda de la información 3) Organización de la información. 4) Análisis de la información.

Definición del problema

Una de las características más importantes que entrenadores y deportistas deben poseer es la creatividad, no obstante el tipo de creatividad y las características de las mismas varían de acuerdo al momento y tipo de deporte en las que se requiera el empleo de esta característica, sin embargo hay muy pocos estudios que clarifiquen estas particularidades, necesarias para muchas aplicaciones, por ejemplo tener una medida entre otras de un entrenador o deportista exitoso.

Selección de estudios

También denominada en este estudio: Búsqueda de la información, se tomó en cuenta artículos científicos, libros, conferencias, resúmenes de congresos en las que se haya conceptualizado las definiciones de creatividad estratégica y creatividad táctica; considerando además las bases de datos que están dentro del ranking Scimago (para

asegurar su calidad) se seleccionaron: Sportdiscus, Proquest, Scopus, Taylor & Francis y PubMed, a las que se ubicaron la terminología en inglés “Strategic creativity” y “tactical creativity” en español “creatividad táctica” y “creatividad estratégica”.

Organización de la información:

Una vez que se introdujo en las bases de datos la terminología en español e inglés, se filtró la búsqueda de artículos en bases de datos descritas anteriormente y se organizó de acuerdo a las bases de datos calificquen en el ranking Scimago, que estén dentro de los últimos siete años y que estén dentro del deporte, los mismos que produjeron 100 resultados para el término de creatividad táctica y 56 para el término creatividad estratégica.

Análisis de la revisión sistemática:

Se procedió a escoger aquellos artículos que conceptualizaban la creatividad táctica siendo seleccionados ocho artículos y para la creatividad estratégica cinco artículos, procediéndose analizar los artículos seleccionados de creatividad táctica y de creatividad estratégica que cumplan con los criterios de autores representativos de creatividad, táctica y estrategia; para la creatividad las características que deben poseer son: originalidad, fluencia, la solución de problemas; para táctica, las características que está posee son: acciones en el juego, guiadas por acciones del adversario y los compañeros; para estrategia, las características que está posee son: la planificación, que se tome en cuenta las condiciones y variables de competición. Se procede a realizar el análisis de la creatividad táctica (Tabla 1) y creatividad estratégica (Tabla 2).

Tabla 1. Análisis de las definiciones de creatividad táctica

Citas de definiciones	Ranking Scimago	2015 2022	Ámbito deportivo	Criterios de creatividad			Criterios de Táctica	
				O	F	SP	AJ	A.G.
Memmert et al. ²¹	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	X
Torrents et al. ²²	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	X
García. ²³	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	X
Memmert. ²⁴	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X
Memmert. ²⁵	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X
Memmert & Roth. ²⁶	✓	X	✓	✓	✓	X	✓	X
Memmert. ²⁷	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	X
Memmert and Roth ctd. Tanggaard et al. ²⁸	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X

Leyenda: O (originalidad), F (fluencia), SP (solución de problemas), AJ (acciones en el juego) A. G. (acciones guiadas por el adversario y compañeros). Fuente: Autor.

Tabla 2. Análisis de las definiciones de creatividad estratégica

Citas de definiciones	Ranking Scimago	2015 2022	Ámbito deportivo	Criterios de creatividad			Criterios de Táctica	
				O	F	SP	AJ	A.G.
Kearney et al. ²⁹	✓	✓	X	X	X	X	X	X
Lorange. ³⁰	✓	✓	X	✓	X	X	X	X
Revaz & Pigneur. ³¹	✓	X	X	✓	✓	X	X	✓
Palmer and Kaplan ³²	✓	✓	X	X	X	X	X	X
Lendel and Varmus ³³	✓	✓	X	✓	✓	X	X	X

Leyenda: O (originalidad), F (fluencia), SP (solución de problemas), P(planificación), C-V C(tome en cuenta las condiciones y variables de competición). Fuente: Autor 2022

Resultados

Las definiciones de creatividad táctica que cumplieron con criterios explícitos de creatividad y táctica fueron:

- Con siete de los ocho criterios: Memmert^{24, 25} y Memmert and Roth ctd. Tanggaard et al²⁸.
- Con seis de los ocho criterios fueron: Memmert et al²¹, Memmert²⁷.
- Con cinco de los ocho criterios: Torrents et al.², Memmert & Roth²⁶, García²³.

Las definiciones de creatividad estratégica que cumplieron con los criterios explícitos de creatividad y estrategia en el ámbito deportivo fueron en orden de mayoría de criterios:

- Con cuatro de los ocho criterios: Revaz & Pigneur³¹, Lendel and Varmus³³.
- Con tres de los ocho criterios: Lorange³⁰
- Con dos de los ocho criterios: Kearney et al.²⁹ Palmer and Kaplan³²

Las definiciones que más se acercan a los criterios de creatividad y táctica es de Memmert^{24,25} y Memmert and Roth ctd. Tanggaard et al²⁸, en las que indican que la creatividad táctica puede ser definida como: la generación de varias soluciones de problemas en grupos individuales específicos, o en situaciones tácticas de equipos en el juego, los que pueden ser denotados como sorprendidos, raros y originales como también útil.

Luego de haber realizado una búsqueda sistemática de bases científicas del concepto de creatividad estratégica en el deporte, no se encontró una definición más que la referida a creatividad estratégica en el marketing o negocios, se encontró en Revaz, Pigneur³¹, que la creatividad estratégica se da también en otros ámbitos.

Discusión

Las definiciones de creatividad táctica analizadas, están realizadas bajo la óptica de deportes de equipo y no especifican el análisis del oponente, que es propio de la definición de táctica, Para diversos autores como Thiess et al¹⁴ la táctica son todas las formas individuales y colectivas de comportamientos acciones y operaciones los deportistas durante la competición en las que, teniendo en cuenta las reglas de competición, son influenciados por los adversarios y los compañeros, así como las influencias externas que pueden llegar a ser ventajosas; por otro lado Mahlo¹⁶ menciona que las acciones tácticas se definen como soluciones prácticas que persiguen el mejor resultado posible, de la actividad global, grupal en la mayor parte, de aplicada a la solución de problemas, que se generan por las acciones del adversario y compañeros, Bompa¹⁷ manifiesta que la táctica son las acciones y planificaciones de juego en las que se tiene en cuenta al adversario las acciones propias y el entorno (una competición, un partido para un equipo o deportista).

De las definiciones anteriores, se puede decir que los autores coinciden en definir que la táctica son las acciones en el juego guiadas por el accionar del adversario, las propias del deportista y del entorno.

Como lo indican Zhelyazkov¹⁸ estrategia es la selección y aplicación creativa y oportuna de medios, métodos y formas para la lucha más eficiente con el adversario en las condiciones de la competición; por otra parte Platonov¹⁹ menciona que la estrategia es el nivel más alto de conocimiento teórico y práctico de la actividad a ejecutarse que asegura la consecución de objetivos, que actúan en un ámbito, planificación, selección de formas, métodos y vías de resolución de conflictos en base a esquemas y normas de comportamiento a partir

de situaciones reglamentadas; toma en cuenta la preparación y realización de la competencia con todas las variables posibles para ello; en cambio para Thiess et al¹⁴, estrategia es un plan de acción o de comportamiento, teniendo en cuenta las estrategias de competición, de las debilidades y virtudes, frente al adversario, sin dejar de lado las condiciones de la competición, ni las decisiones a tomar durante la misma.

De lo anteriormente citado, los autores coinciden en definir a la estrategia en el ámbito deportivo como un elemento planificado de aplicación o práctica, tomando en cuenta las condiciones de la competición con su diversidad de variables.

En resumen podemos definir la creatividad táctica como: “todas las acciones originales en el juego guiadas por las características propias del deportista, del oponente y del entorno que responden a la solución de problemas generando diversas respuestas”. Y la creatividad estratégica como: “un elemento planificado de acción o práctica, que considera las condiciones de la competición con su diversidad de variables, siendo este elemento una producción original que resuelva los problemas a los que se deben diversidad de posibles respuestas.”

Estos resultados sugieren que para la conceptualización de las terminologías de creatividad táctica y creatividad estratégica, se hace necesario que, en el primer caso, se tomen en consideración una característica imprescindible de la táctica que es: el análisis del oponente, y para la segunda terminología, es importante que existan acercamientos hacia el quehacer deportivo, que tomen en cuenta la solución de problemas en base a una planificación, elementos propios de la creatividad y táctica.

Conclusión

Se puede mencionar que en los momentos en que se necesite de buscar soluciones novedosas guiadas por las acciones presentes en el juego; como por ejemplo la decisión de qué lado se va atacar en el baloncesto, de acuerdo a la disposición de los jugadores o del lado más dominante o más débil del adversario, se requiere de creatividad táctica. Por otra parte, en aquellas actividades que busquen soluciones novedosas que sean previamente planificadas a las condiciones de la competencia y sus variables, por ejemplo, la crea-

ción de una rutina gimnástica de acuerdo a los reglamentos de la competencia o la puesta en escena de una determinada coreografía para impresionar a los jueces, son creaciones estratégicas. Estas características son importantes si se quiere por ejemplo evaluar a un entrenador en su creatividad, característica importante de entrenadores exitosos, y el tipo de creatividad (táctica o estratégica) que se requiera evaluar y sus posibles rangos de acuerdo a las definiciones mencionadas.

Referencias

1. Bjourwill C. Read and react: the football formula. *Perceptual and Motor Skills*. 1993;76:1383–1386. <https://doi.org/10.2466/pms.1993.76.3c.1383>
2. Puryear J. Inside the Creative Sifter: Recognizing Metacognition in Creativity Development. *Journal of Creative Behavior*. 2016;50:4 <https://doi.org/10.1002/jocb.80>
3. Falomir Z, Oltețeanu A. Special issue on problem-solving, creativity and spatial reasoning. *Cognitive Systems Research*. 2019;58:31–34. <https://doi.org/10.1016/j.cogsys.2019.05.001>
4. Baber C, Chemero T, Hall J. What the Jeweller's Hand Tells the Jeweller's Brain: Tool Use, Creativity and Embodied Cognition. *Philosophy and Technology*. 2019;32:283. <https://doi.org/10.1007/s13347-017-0292-0>.
5. Chrysikou E. Creativity in and out of (cognitive) control. *Current Opinion in Behavioral Sciences*. 2019; 27:95. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2018.09.014>
6. Piaget J. *La representación del mundo en el niño*. Décima ed. Madrid: Morata; 2007.
7. Bruner J. *Realidad mental y mundos posibles: los actos de imaginación que dan sentido a la experiencia*. Segunda Ed. Barcelona: Gedisa; 2009.
8. Ausubel D. *Adquisición y retención del conocimiento: una perspectiva cognitiva*. Barcelona: Paidós. 2002
9. Vygotsky L. *Imaginación y creación en la edad infantil*. Segunda Ed. Ciudad de La Habana: Pueblo y Educación; 1999
10. Sternberg R. *Handbook of creativity* (Cambridge). Cambridge: Cambridge University Press; 1999.
11. De Bono E. *El pensamiento lateral* (Paidós). Primera Ed. Barcelona: Paidós; 2018
12. Torrance E. *Educación y capacidad creativa*. (Marova). Madrid: Marova; 1978

13. Guilford J. La naturaleza de la inteligencia humana (13th ed.). Barcelona: Paidós; 1986
14. Thiess, Günter; Tschiene, Peter; Nickel, H. Teoría y Metodología de la competición deportiva. Primera Ed. Barcelona: Paidotribo; 2004
15. Sánchez M. Psicología del entrenamiento y la competencia deportiva. Primera ed. La Habana: Editorial Deportes; 2005
16. Mahlo F. La acción táctica en el juego. Primera Ed. La Habana: Ciudad de la Habana: Pueblo y Educación; 1985.
17. Bompa T. Periodización teoría y metodología del entrenamiento. Segunda Ed. Barcelona: Hispano Europea; 2007.
18. Zhelyazkov T. Bases del Entrenamiento Deportivo. Primera ed. Barcelona: Paidotribo; 2018
19. Platonov V. Teoría General del Entrenamiento Deportivo. Primera ed. Barcelona: Paidotribo. 2001.
20. Eduardo Gómez E, Fernando D, Aponte G, Betancourt L. Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructuración y sistematización. *Dyna*. 2014; 81:158- 163. <https://www.redalyc.org/pdf/496/49630405022.pdf>.
21. Memmert D, Hillmann W, Huttermann S, Klein-Soetebier T, König S, Nopp S, Griffin L. Top 10 research questions related to teaching games for understanding. *Research Quarterly for Exercise and Sport*. 2015;86(4):347–359. <https://doi.org/10.1080/02701367.2015.1087294>
22. Torrents C, Ric A, Hristovski R, Torres-Ronda L, Vicente E, & Sampaio J. Emergence of exploratory, technical and tactical behavior in small-sided soccer games when manipulating the number of teammates and opponents. *PLoS ONE*. 2016; 11. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0168866>
23. García J. Deporte y economía: una relación peculiar, creativa y beneficiosa para ambas partes. *Jaume Garcia*, 2019;159:2–12. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/2218833973?accountid=36749>.
24. Memmert D. *Tactical Creativity in Sport*. Cambridge University Press. 2017;26: 479–491. <https://doi.org/10.1017/9781316274385.026>
25. Memmert D. Teaching tactical creativity in sport: Research and practice. In *Teaching Tactical Creativity in Sport: Research and Practice*. 2015. <https://doi.org/10.4324/9781315797618>
26. Memmert D, & Roth K. The effects of non-specific and specific concepts on tactical creativity in team ball sports. *Journal of Sports Sciences*, 2007; 25:1423–1432. <https://doi.org/10.1080/02640410601129755>.
27. Memmert D. Creativity, expertise, and attention: Exploring their development and their relationships. *Journal of Sports Sciences*, 2011;29(1):93–102. doi: <https://doi.org/10.1080/02640414.2010.528014>
28. Tanggaard L, Laursen D, & Szulevicz T. The grip on the handball – a qualitative analysis of the influence of materiality on creativity in sport. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 2016;8:79–94. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2015.1012546>

29. Kearney A, Harrington D, & Kelliher F. Executive capability for innovation: the Irish sea-ports sector. *European Journal of Training and Development*, 2018;42:342–361. <https://doi.org/10.1108/EJTD-10-2017-0081>
30. Lorange P. Strategic re-thinking in shipping companies. *Maritime Policy & Management*. 2001;28: 23–32. <https://doi.org/10.1080/030888301750050741>
31. Revaz E, & Pigneur Y. A dss to support the decision process and the creativity in the context of mutations. *Journal of Decision Systems*, 1996;5:329–353. <https://doi.org/10.1080/12460125.1996.10511695>
32. Palmer D. and Kaplan S. A framework for strategic innovation: blending strate-gy and creative exploration to discover future business opportunities, Managing Principals, Innovation Point LLC. 2009
33. Lendel V. and Varmus M. ‘Creation and implementation of the innovation stra-tegy in the enterprise’, *Economics and Management*, January, 2011, Vol. 16, pp.819–825.

Conflictos de intereses: Los autores declaran no tener conflic-tos de intereses.

Financiamiento: No tuvo financiamiento.