

Jorge Armando Acosta De Lira es maestro en educación por la Universidad Interamericana para el Desarrollo, 2013. Obtuvo el título de Licenciado en Educación Secundaria con Especialidad en Telesecundaria por la Benemérita Escuela Normal "Manuel Ávila Camacho", 2007. Ha participado como capacitador nacional en el Programa Habilidades Digitales para Todos y en diversos comités de elaboración y validación de reactivos en CENEVAL. Se ha desempeñado como docente a nivel preescolar, primaria, secundaria, licenciatura y posgrado. Ha publicado capítulos en diversos libros y artículos en revistas. Actualmente es docente investigador en la Unidad Académica de Psicología, responsable del programa Licenciado en Psicología en el Campus Juan Aldama, perfil deseable (PRODEP) y miembro del Cuerpo Académico UAZ-CA 222 Psicología, Creatividad y Educación.

La creatividad ha sido vista de diversas formas a lo largo de la historia y desde diversos contextos, como proceso, producto, valor, personalidad, inteligencia, conducta o solución de problemas. Los comienzos de la investigación científica sobre la creatividad surgen a partir de la psicología, desde los años veinte del siglo pasado hasta los cincuenta con Joy Paul Guilford. Actualmente la psicología sigue haciendo análisis y estudios de la creatividad, han crecido en cuanto a teoría, metodología, técnicas y actividades, personalidad creativa, no existen límites sobre su campo de acción y aplicación.

La presente obra ofrece al lector un breve recorrido por la historia de los inicios de la creatividad, y cómo la psicología ha hecho grandes aportes al estudio de la creatividad desde diversos enfoques, como la psicología de la creatividad, pasando por el psicoanálisis, la gestalt, el asociacionismo, el conductismo, la cibernética, el humanismo, el cognitivismo y el modelo transaccional.

Para promover el conocimiento y la práctica de la creatividad en nuestro entorno es fundamental trabajarla en la cultura, por lo que en un primer capítulo se centra en la creatividad dentro de la cultura, para fomentarla, practicarla, educarla y, sobre todo, vivirla. En otro capítulo se explica desde las corrientes de la psicología: social, educativa, de la salud, de la personalidad, laboral, así como los métodos, técnicas y actividades de la creatividad. Por último se explican los recursos para evaluar la creatividad, se presentan indicadores y pruebas tales como PIC-A, PIC-N y PIC-J.



 **COLOFÓN**



PSICOLOGÍA DE LA CREATIVIDAD APLICADA

Hilda Ortega • Edith Pérez • Jorge Acosta

PSICOLOGÍA DE LA CREATIVIDAD APLICADA.

Historia, enfoques, contextos y evaluación.



 **COLOFÓN**
EDICIONES ACADÉMICAS DE PSICOLOGÍA

Hilda María Ortega Neri
Edith Alejandra Pérez Márquez
Jorge Armando Acosta De Lira

Hilda María Ortega Neri originaria de la ciudad de Zacatecas, México. Es doctora en creatividad aplicada por la Universidad Complutense de Madrid, España. Estudió la Maestría en Educación con Especialidad en Cognición de los Procesos de Enseñanza Aprendizaje en la Universidad Virtual del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Zacatecas, México. Asimismo posee la Licenciatura en Psicología en la Unidad Académica de Psicología por la Universidad Autónoma de Zacatecas (UAZ) México. Ha realizado estancias de investigación en Coimbra, Portugal; en San Luis, Argentina y en Madrid, España. Actualmente es profesora investigadora en la Licenciatura en Psicología de la UAZ, imparte asignaturas relacionadas con la psicología educativa. Es líder del Cuerpo Académico UAZ-CA-222 Psicología, Creatividad y Educación.

Edith Alejandra Pérez Márquez originaria de la ciudad de Zacatecas. Es maestra en ciencias de la educación con especialidad en investigación educativa por la Universidad Autónoma de Zacatecas, México, obtuvo la Licenciatura en Psicología en la misma institución. Se ha desempeñado como psicóloga educativa en educación primaria. En la actualidad es profesora investigadora de la Unidad Académica de Psicología de la Universidad Autónoma de Zacatecas, donde realiza investigaciones sobre creatividad y educación inclusiva. También es miembro del Cuerpo Académico Psicología, Creatividad y Educación. Ha publicado artículos como: "Retos para la Unidad Académica de Psicología extensión Jalpa", 2017; "Elementos del pensamiento complejo que contribuyen con la educación inclusiva", 2016, "Psicología comunitaria en Jalpa vulnerable", 2015.

Psicología de la creatividad aplicada.
Historia, enfoques, contextos y evaluación

PSICOLOGÍA DE LA CREATIVIDAD APLICADA. HISTORIA, ENFOQUES, CONTEXTOS Y EVALUACIÓN

HILDA MARÍA ORTEGA NERI
JORGE ARMANDO ACOSTA DE LIRA
EDITH ALEJANDRA PÉREZ MÁRQUEZ



Primera edición: 2019

Fotografía de portada y contraportada:

D.R. © *La imaginación navega en barcos de papel*, Alejandro Ortega, 2011.

D.R. © *La canasta donde caben los sueños*, Alejandro Ortega, 2013.

Diseño de portada: Francisco Zeledón

D.R. © Universidad Autónoma de Zacatecas

Jardín Juárez núm. 147

Centro Histórico C.P. 98000, Zacatecas, Zacatecas

Tel.: 52 (492) 92 22001, 52 (492) 92 22460

D.R. © Colofón S.A. de C.V.

Franz Hals 130

Col. Alfonso XIII

Delegación Álvaro Obregón, C.P. 01460

Ciudad de México, 2018

Contacto: colofonedicionesacademicas@gmail.com • www.colofonlibros.com

ISBN: 978-607-8663-43-9

Prohibida su reproducción por cualquier medio mecánico o electrónico sin la autorización escrita de los editores.

Impreso en México • *Printed in Mexico*

Esta obra fue recibida por el Comité Interno de Selección de Obras de Colofón Ediciones Académicas Comunicación para su valoración en el segundo semestre de 2018, se sometió al sistema de dictaminación a “doble ciego” por especialistas en la materia. Los resultados de los dictámenes fueron positivos.

Esta publicación fue financiada con recursos PFCE 2018. Este Programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa.

ÍNDICE

<i>Prólogo</i>	11
Capítulo 1. <i>Historia y conceptualización de la creatividad</i>	15
1.1. La psicología en la historia del concepto de creatividad	15
1.2. La creatividad en la psicología	21
1.2.1 La Psicología	22
1.2.2 La creatividad en la psicología	25
Capítulo 2. <i>Bases teóricas de la creatividad</i>	29
2.1. Psicoanálisis y creatividad	29
2.1.1 Componente dinámico	29
2.1.2 Componente estructural	30
2.1.3 Componente secuencial	30
2.1.4 La creatividad desde la teoría psicoanalítica	32
2.2 La Gestalt y la creatividad	34
2.3 El asociacionismo y la creatividad	39
2.4 El conductismo y la creatividad	41
2.4.1 Condicionamiento clásico	42
2.4.2 Condicionamiento operante	43
2.4.3 Aprendizaje observacional	44
2.4.4 Relación entre el conductismo y la estimulación de la creatividad	44
2.5 La cibernética y la creatividad	46
2.6 El humanismo y la creatividad	48
2.7 Cognitivismo y creatividad	53
2.7.1 Componente estructural	53
2.7.2 Componente funcional	54
2.7.3 Componente secuencial	55
2.8 Modelo transaccional y creatividad	58

Capítulo 3. <i>Creatividad y cultura</i>	63
3.1 La construcción de la cultura	63
3.2 Creatividad y supervivencia en la cultura	68
3.3 Modos de aumentar la creatividad	73
3.4 Construcciones del campo de la creatividad	78
Capítulo 4. <i>Psicología de la creatividad aplicada</i>	81
4.1 Seis sombreros para pensar y seis pares de zapatos para la acción de Edward de Bono	81
4.2 Creatividad social	86
4.2.1 Social	86
4.2.1.1 Dimensión social	86
4.2.2 Psicología social	88
4.2.3 Creatividad social	89
4.2.4 La creatividad como valor social	92
4.3 Creatividad educativa	94
4.3.1 El valor de la creatividad en la educación	95
4.3.2 Creatividad en la educación	97
4.4 Creatividad y salud	99
4.4.1 La salud	99
4.4.2 Psicología de la salud	101
4.4.2.1 Salud mental	101
4.4.3 Creatividad y salud	102
4.4.4 Creatividad y salud mental	104
4.5 Creatividad y personalidad	106
4.5.1 Personalidad	106
4.5.2 Creatividad y personalidad	108
4.6 Creatividad laboral	111
4.6.1 Psicología laboral	112
4.6.2 Psicología del trabajo	113
4.6.3 Creatividad laboral	114
4.6.3.1 Liderazgo creativo	116
4.6.3.2 Grupos creativos	116
4.7 Sistemas, modelos, programas, métodos, técnicas y actividades de la creatividad	117

4.7.1 ¿Qué es un sistema?	117
4.7.1.1 Sistema creativo	118
4.7.2 ¿Qué es un modelo?	119
4.7.2.1 Modelo creativo	119
4.7.3 ¿Qué es un programa?	120
4.7.3.1 Programa creativo	120
4.7.4 ¿Qué es un método?	121
4.7.4.1 Métodos creativos	122
4.7.5 ¿Qué es una técnica?	123
4.7.5.1 Técnicas creativas	124
4.7.6 ¿Qué es una actividad?	125
4.7.6.1 Actividades creativas	126
Capítulo 5. <i>Recursos para evaluar la creatividad</i>	127
5.1 Indicadores de la creatividad	127
5.2 Pruebas PIC A, PIC J, PIC N	130
5.3 Prueba CREA	131
<i>Bibliografía</i>	134
<i>Reseña de los autores</i>	141

PRÓLOGO

Resulta muy ilusionante poder repasar en esta obra los aspectos generales del fenómeno de la creatividad; en particular, las importantes investigaciones con las que, desde la disciplina de la psicología, se ha contribuido a su estudio.

La creatividad forma parte de la evolución de la humanidad, es intrínseca a la vida cotidiana, las relaciones humanas, el progreso científico y cultural y, más aún, forma parte de ámbitos que trascienden la sociedad, como lo demuestran las investigaciones enfocadas a la relación con la naturaleza creativa (María Cándida Moraes) y con el cosmos creativo (Ervin László).

La presente obra tiene un gran valor por cuanto ofrece una panorámica general de las aportaciones de la psicología en los diversos campos aplicados, empezando por la conceptualización del término. Éste se formaliza a partir del el siglo xx, pues en la antigüedad estaba vinculado al dios creador y en el siglo xix a las artes. La necesidad de desvincular el estudio de la creatividad con respecto a la inteligencia se plantea al rededor del año 1950, entonces se genera una gran cadena de estudios desde diversos ámbitos de la psicología como el psicoanálisis, el asociacionismo, el cognitivismo, la cibernética, el modelo transaccional, el enfoque humanista, entre otros.

Tal como plantean los autores, para poder avanzar en nuestra sociedad actual, es necesario adaptarnos a los cambios sociales, políticos, económicos y ecológicos; no obstante, también y sobre todo, ser conscientes de la capacidad de transformar la realidad de la que formamos parte, tanto individual como colectivamente. No se trata de sobrevivir al futuro, sino más bien, de generar un desarrollo y evolución que nos abra nuevas oportunidades de convivencia, de paz y sostenibilidad.

La creatividad es un pilar fundamental para todo orden social. De ahí que para la educación, trabajar una creatividad aplicada tanto en la forma-

ción de profesorado, como en la implementación de una cultura creativa en los centros escolares, viene a ser una urgencia. Actualmente se están llevando un buen número de investigaciones, congresos y jornadas en el ámbito internacional para promover la creatividad en centros escolares. Tal es el caso de la Red Internacional de Escuelas Creativas (RIEC), la cual ha desarrollado un instrumento que sirve tanto para diagnosticar las necesidades de los centros, como para promover y valorar sus avances en la materia, con parámetros referidos a la cultura, misión y valores del centro; indicadores referidos a la comunidad educativa en términos de liderazgo, perfil docente y espíritu emprendedor, además de otros referidos a la creatividad como potencial transformador del currículo, las metodologías y las formas de evaluación.

Para promover la creatividad en las personas, existen estrategias diversas que abarcan no sólo la dimensión cognitiva, sino la dimensión emocional y la dimensión corporal. Más aún, hay autores que reclaman vincular la dimensión espiritual como elemento trascendente en la evolución del individuo. En la presente obra, desde un contexto pedagógico, se promueve un modelo por competencias para promover las capacidades y talentos propios para el desarrollo del potencial individual creativo, así como las competencias que promueven una educación en valores. Para ello, es necesario no sólo el reconocimiento del talento individual, sino poder generar los entornos que faciliten la expresión creativa, trascendiendo los bloqueos que impiden la creatividad.

Al respecto, generar espacios, recursos materiales, tecnológicos y entornos agradables con normas consensuadas de respeto y convivencia puede ser lo ideal para el desarrollo de la creatividad; no obstante, se debe tener presente que un considerable porcentaje de la población infantil no cuenta con los medios necesarios; incluso en algunos casos, tienen condiciones muy adversas para el aprendizaje. Como bien dice el Dr. De la Torre en su libro *La adversidad esconde un tesoro* (2011), el sistema educativo actual no prepara para una creatividad que tome en cuenta la adversidad y la inestabilidad y que considere las oportunidades de cambio de una experiencia poco favorable.

Vivimos una crisis en ámbitos económicos, ecológicos, laborales, alimenticios, entre otros, que nos llevan a repensar el valor de la creatividad; por ello, el presente trabajo viene a acercar esta misión a estudiantes, docentes, investigadores y a todas aquellas personas interesadas en el poder

de la creatividad como medio de superación de la adversidad, así como potenciador de innovaciones educativas.

Una creatividad para la formación y una formación en creatividad son necesarias para generar una cultura creativa, donde las intervenciones de los colectivos afecten las políticas públicas que llevarán a la sociedad a un mayor bien común. De esta manera la ciudad entera participaría como una gran comunidad, cuidando los espacios urbanos para promover dinámicas multiculturales, inclusivas, con nuevos enfoques hacia una cultura de paz y sostenibilidad.

La creatividad interesará, por tanto, en todos los niveles educativos; también en contextos vinculados a otros escenarios, como es el caso de la creatividad en la tercera edad y el ocio creativo, tema al que autores como Francisco Menchén ha contribuido con valiosas aportaciones. El texto nos invita a profundizar también en esferas fundamentales de la psicología, como puede ser la salud, puesto que la salud psicológica estará directamente relacionada al desarrollo humano integral, tanto a nivel individual como social. Otros ámbitos de gran interés que aborda la presente obra son la creatividad laboral y la psicología del trabajo, desde los cuales se invita a profundizar en todo lo referente a la motivación, intrínseca y extrínseca, la comunicación efectiva, la organización, dirección, liderazgo y orientación profesional, entre otros, aspectos donde la creatividad es un eje fundamental tanto para el proceso, como en los productos innovadores. Terminamos el recorrido con un capítulo entero dedicado a un repaso por sistemas e instrumentos que se están trabajando para evaluar la creatividad, mismo que ofrecen una buena oportunidad para profundizar en los procesos evolutivos, así como de actitudes y aptitudes que se tengan en torno a la creatividad.

Quiero agradecer al equipo de investigadores el interés y dedicación que están desarrollando en torno a la creatividad, pues he tenido el privilegio de visitar la Universidad Autónoma de Zacatecas en agosto de 2018 y puede constatarlo de primera fuente. El equipo está coordinado por la Dra. Hilda María Ortega Neri, en cuyo tribunal de tesis doctoral tuve el gusto de participar años atrás en la Universidad Complutense de Madrid. Doy fe de su gran calidad humana y profesional, la cual demostró recientemente en nuestra casa de estudios en la Universidad Autónoma de Madrid. Su valía en este campo, con su equipo, se constituye en un punto de referencia para un camino compartido de pasión por la creatividad.

En síntesis, la obra de estos tres investigadores nos presenta un diseño cercano y amigable, con una perspectiva amplia y clara para la comprensión y valoración del fenómeno creativo, constituyéndose en un valor de gran pertinencia y proyección formativa e investigadora en torno a la psicología de la creatividad aplicada.

PROF. JESSICA CABRERA CUEVAS
DOCTORA EN CREATIVIDAD APLICADA
Universidad Autónoma de Madrid

CAPÍTULO 1. HISTORIA Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LA CREATIVIDAD

1.1 LA PSICOLOGÍA EN LA HISTORIA DEL CONCEPTO DE CREATIVIDAD

La creatividad puede ser definida como la capacidad de dar origen a algún producto o contenido nuevo, desconocido y valioso —en el sentido ético, que tenga valores morales y busque el bien común entre las personas—. También es la habilidad para encontrar tanto nuevos y mejores modos de realizar alguna actividad, como diversas combinaciones de la información ya obtenida hasta el momento, a lo que también se agrega la flexibilidad, originalidad y fluidez. Esta capacidad aparece en los ámbitos de las producciones artísticas, científicas, sociales o tecnológicas (Bentancourt y Valadez, 2012; Rodríguez, 1995; Garaigordobil, 1995).

Por ello, se puede entender el proceso creativo como la solución de problemas, en referencia a la conducta que existe en aquellas situaciones en las que hay una meta por cumplir, pero en las que el individuo no dispone de una respuesta previamente aprendida (Psicología pedagógica, 2004). Por lo demás, una solución elegante da cuenta de problemas con una satisfacción máxima y una mínima cantidad de esfuerzo (APA, 2010).

La creatividad está presente en la cotidianidad de la vida, en sus distintos niveles y áreas de acción; sin embargo, se minimiza la importancia de su desarrollo en ámbitos serios como el artístico, académico, social, científico o tecnológico. Cada una de esas áreas conlleva un producto valioso, respectivamente: belleza, liderazgo, descubrimientos, herramientas, entre otros (Rodríguez, 1995).

A lo largo de la historia se ha confundido con otros conceptos, como el de talento, que si bien no están alejados, no deben tratarse como sinónimos. Aunque el talento va de la mano de la creatividad, entendamos que es una habilidad original con la que pueden producirse grandes hazañas. De la misma manera, hasta hace algunos años, la idea de aptitudes sobresalientes (AS) se atribuía a la creatividad y viceversa incluso; para diagnosticar a algún niño con AS se utilizaban pruebas de creatividad bajo el su-

puesto de que un coeficiente intelectual sea alto corresponde con un nivel elevado de creatividad. Hoy se sabe que, de igual forma que los talentos, van de la mano sin ser exactamente lo mismo (Betancourt y Valadez, 2012).

También los conceptos de genio y genialidad se han relacionado con el de creatividad por su similitud con ésta, que se había definido como un alto grado de inteligencia o como tener una colección personal de habilidades al creerse que era hereditario (Velasco, 2007), de modo que el hijo de un pintor era automáticamente pintor también. Lo mismo sucedía en otros ámbitos, entonces si los padres no tenían un talento reconocido, sus hijos estaban condenados.

La creatividad existe desde que el hombre hace sus primeros razonamientos para fabricar herramientas y solucionar los principales problemas de su vida, como sobrevivir y luchar contra animales o aquello que amenaza su vida; posteriormente para cazar, para comer y solventar sus necesidades básicas, luego para sembrar —por serendipia descubre el fuego y con ello puede moldear y manipular mejor los materiales—. La solución de problemas está unida al desarrollo del lóbulo frontal, así como del área prefrontal del cerebro y de la evolución de la motricidad fina en las manos (Gehlen, 1987).

Los primeros indicios tangibles registrados de la creatividad del ser humano pertenecen al área de las artes, manifestados en las pinturas rupestres, mediante las cuales posiblemente se pretendía tener registro de las actividades cotidianas, sobre todo de la cacería o ritos. Estas memorias dan testimonio de la capacidad del hombre para expresar ideas y situaciones. Incluso hay quien supone que tal vez podrían ser estrategias de cacería (Martínez y Botiva, 2004).

Posteriormente, en la cultura griega, se atribuía la creación de algún producto a la inspiración de las Musas, las nueve hijas de Zeus y Mnemosyne. Ellas se encargaban de traer el talento a los hombres, sobre todo en lo relativo a las artes y la ciencia. Se les trataba como deidades a las que podía pedirles consejo aparte de inspiración, y se les atribuía perfección e inmortalidad (Otto, 1981).

Los romanos, influenciados directamente por los griegos, adaptaron sus ideas al contexto propio. Atribuían las ideas nuevas y la producción al “genio” que poseía cada hombre, entendido como seres espirituales que influenciaban y cuidaban a los seres vivos, de manera individual o incluso en grupos. De ahí que a las personas que tienen nuevas ideas y las mani-

fiestan de manera espontánea se les dice que tienen ingenio o son ingeniosas (Bartoloti, 2011).

Durante la Edad Media, el cristianismo cobró gran importancia y controló las investigaciones científicas, ya que no cualquier artículo podía caer en manos de los feligreses. Producir un invento o proponer una idea nueva se le atribuía a la inspiración divina; se creía que el Espíritu Santo dotaba a las personas de ideas para que pudieran llevarlas a cabo, puesto que sólo se hacían si era la voluntad de Dios. En resumen, todas las producciones humanas eran deseos de Dios para los hombres (Elders, 2009).

Siglos después, durante una etapa coyuntural en la historia de la humanidad llamada el Renacimiento (siglos xv y xvi), hubo un cambio no tan radical en la historia de la humanidad como nos gustaría, pero sí importante en los ámbitos histórico, político, artístico y, por supuesto, también científico; sin embargo, pese a la apertura del conocimiento, muchos filósofos naturales tuvieron problemas por proponer ideas demasiado nuevas para la época. Fue un periodo de autorreconocimiento, de saberse racional, de retomar el origen del ser, de su naturaleza, de interrogarla y comprenderla (Abbagnano, 1996).

Los trabajos en el campo de la ciencia comenzaron gracias al trabajo de los órganos de los sentidos; el mismo Galileo Galilei decía que era imposible creer que Dios nos diera la capacidad de observar para no usarla. Fue Bouillé quien propuso cuatro elementos para alcanzar la conciencia de sí mismo: en primer lugar, ser, en cuanto a la racionalidad y la conciencia, se refiere; en segundo lugar, la vida; después sentir, y por último, entender. En resumen, se trató de una época para mirar hacia sí sin perder la sabiduría antigua; sin embargo, de manera contraproducente, el pensamiento aristotélico se volvió incuestionable. Irónicamente, esto sirvió para identificar los beneficios de la sabiduría en tanto que paso inminente para nuevos descubrimientos bajo el entendido de que la sabiduría tiene su origen en la palabra sabor más que en saber: se trata entonces de saborear y disfrutar el conocimiento que se había prohibido (Abbagnano, 1996).

En este periodo el hombre retoma la confianza y la razón en sí mismo para descubrir y entender el mundo. Los textos dan testimonio de que el hombre renacentista buscaba el perfeccionamiento del ser, se demandaba a sí mismo una renovación espiritual con un dejo de inconformidad por lo que anteriormente se había vivido durante la Edad Media. Entonces renacer es el resultado del hambre de libertad para profundizar, experi-

mentar, descubrirse, vivir mejor. La calidad de vida de las personas experimentó una mejora generalizada, pues la dignidad del hombre y la vida activa fueron filosofía cotidiana como medio para alcanzar la perfección (Abbagnano, 1996).

La libertad en el conocimiento representa un gran panorama para la creatividad en todas sus áreas, motivando los avances científicos, tecnológicos, artísticos y sociales. Esto testifica la necesidad humana por experimentar el mundo desde su origen natural para ensayarla, en el sentido de que la sabiduría es la hija de la experiencia. El Renacimiento aportó grandes obras para la humanidad en los distintos ámbitos, de ahí que sea una época histórica de gran valor. Sería difícil enumerar a las grandes figuras del Renacimiento, a aquéllos sin los que hoy no tendríamos las facilidades tecnológicas, las obras artísticas y los avances científicos que hacen nuestros días más fáciles (Abbagnano, 1996).

Durante la Ilustración, también conocida como el Siglo de las Luces, hubo un gran desarrollo de inventos innovadores, muy productivos para el futuro de la humanidad, tanto política como culturalmente. Asimismo, se descubrió que los sentimientos y las pasiones se pueden analizar y categorizar. Este periodo comenzó con tolerancia religiosa y libertad política, lo que supuso una rebelión hacia las instituciones más poderosas, así como hacia aquellos estratos sociales más privilegiados; su principal argumento: enfocarse en la razón. Los iluminados exigían que sus monarcas, autoridades y dirigentes fueron cultos, virtuosos (Abbagnano, 1996).

Geográficamente, la Ilustración se origina en Europa; sus principales representantes inspiran a otras naciones y reinos desde Inglaterra, Francia, Alemania e Italia. En la Ilustración inglesa se pretende eliminar la idea de verdad absoluta y el misticismo, por eso se rechaza la metafísica o la religión fanática; sin embargo, no se busca eliminar la idea de Dios, sino unificar ciencia y fe dentro de los límites de la razón (Abbagnano, 1996).

La Ilustración francesa estuvo directamente influenciada por la inglesa. Se distingue por ser histórica, su principio racional es la libertad de pensamiento, aboga por la democracia y critica la realidad. La ideología de la época forma una triada entre Dios, los aspectos morales que se obtienen de la espiritualidad y la racionalización de las pasiones; el mundo, la versión materialista como resultado de la educación, y el hombre y su relación con la naturaleza. Su principal representante fue Rousseau y su defensa por la libertad de la educación del hombre (Abbagnano, 1996).

Por su parte, la Ilustración italiana, influenciada a su vez por la de Francia, se acuna en Milán y Nápoles. Considera como principales problemas resolver las cuestiones políticas, morales y jurídicas. Sus pensadores argumentaban que la felicidad sólo está hecha para los hombres ilustrados por la sabiduría, puesto que por naturaleza el hombre tiende a la miseria (Abbagnano, 1996).

En Alemania, esta corriente toma como estandarte la realidad, pero, acorde con la misma, una que no se conoce ni se conocerá por completo pues a los hombres sólo les es concedida una verdad relativa. Los iluminados alemanes argumentaban que sin libertad no hay progreso y que hay que iluminar el espíritu para que el hombre, mediante su actividad intelectual, alcance la felicidad (Abbagnano, 1996).

En el posterior proceso de cambio de la Revolución industrial las máquinas suplieron al hombre. Se diseñaron maquinarias capaces de fabricar productos en grandes masas que sustituyeron la mano de obra en muchos sentidos; sin embargo, fue una época de gran peligrosidad, ya que se tenían cuidados mínimos, el índice de mortalidad era alto y la pobreza en las calles perduraba. Fue una época de explotación humana, trabajo excesivo y salarios precarios. En este contexto, se abandonó la idea de que el genio se generaba por inspiración divina; si existen los talentos, entonces éstos pertenecerían a la inteligencia del diseñador de cada producto, entiéndase artistas o científicos (Chaves, 2004).

Durante el siglo XIX, se cultivó la idea romántica de que la locura, es decir, las enfermedades mentales, desde la neurosis hasta la psicosis, estaban íntimamente relacionadas con la creatividad, puesto que grandes artistas de la época fueron considerados enfermos pero con un peculiar talento en su área, principalmente en la pintura y en la literatura, que mediante el cual expresaban las distorsiones de su mente, como Vincent van Gogh (Velasco, 2007).

Con la llegada del siglo XX, el siglo de los grandes cambios sociales, las innovaciones y las producciones, la psicología entra en juego para tratar de deshebrar el concepto de creatividad desde sus diferentes ramas. Los primeros en interesarse fueron los psicoanalistas, quienes le dieron un significado artístico como expresión del inconsciente a través del consciente. Se argumentaba que la expresión de la creatividad, sobre todo en el área de las artes, era más bien de los deseos del inconsciente, personal para Freud, colectivo para Jung. Para el psicoanálisis la impor-

tancia de la creatividad comienza con el juego infantil (Garaigordobil, 1995).

Posteriormente, el enfoque conductual argumentaría que las producciones creativas, enfocadas también a las artes, se pueden estimular. En consecuencia, se dio gran importancia a la estimulación para la resolución de problemas y así reforzar de manera positiva las conductas creativas. Sin embargo, esto parecería contradictorio, puesto que la idea de creatividad está relacionada con la innovación y la espontaneidad, no con el condicionamiento del otro (Garaigordobil, 1995).

Desde el enfoque humanista se propone que, para alcanzar el grado máximo de autorrealización, incluso de trascendencia, es indispensable la creatividad, pues como ya lo mencionaba Alcott (1975) “la necesidad es la madre de la inventiva” (p. 24). La teoría humanista de Maslow trata de solventar necesidades en diferentes grados, y demuestra que sin solventar las necesidades básicas (es decir, fisiológicas y de seguridad) ni las necesidades sociales (como la pertenencia y la aceptación) no podría alcanzarse la autorrealización y mucho menos lograr una trascendencia. La creatividad está vinculada al desarrollo personal, sobre todo en el plano de la realización personal vincula al desarrollo de la creatividad. Abraham Maslow desarrolló su teoría en este ámbito, bajo la idea de que todas las personas en cierta medida son creativas (Garaigordobil, 1995). La creatividad de los individuos impulsa el desarrollo de su ambiente; una sociedad creativa evoluciona.

Asimismo, Carl Rogers consideraba que una característica esencial para la creatividad era la sensibilidad hacia cualquier situación (Garaigordobil, 1995), rasgo que debemos considerar en la actualidad pues señala la importancia para la creatividad de percibir y detectar problemas; sin problemas detectados, no existiría la necesidad de resolverlos.

Por otra parte, el enfoque cognitivo busca entender los procesamientos del pensamiento, entre ellos, la creatividad. Si bien por mucho tiempo se la relacionó con la inteligencia, hoy en día se sabe que es parte pero no protagonista de la misma, ya que este enfoque la caracteriza como un juego entre la fantasía, la imaginación, la innovación y la apertura mental (Garaigordobil, 1995).

Por otra parte, el enfoque social busca relacionar la personalidad de los sujetos creativos para definir cuándo una persona es o no creativa, para con ello formar patrones; sin embargo, la idea resulta contradictoria en sí

misma, ya que una personalidad creativa sería impredecible. Cabe señalar que en este ámbito se distingue la noción del creador, identificando como una persona que socializa, es inteligente y comunica, de la particular característica de ser creativo (Garaigordobil, 1995).

El punto de vista más actual, el enfoque neurocientífico, aporta gran conocimiento respecto a las funciones cerebrales relacionadas con la creatividad. Se considera que para un desempeño óptimo de la creatividad se necesita el funcionamiento de los dos hemisferios cerebrales, además del destacable desempeño del lóbulo frontal, específicamente en el área prefrontal por aquello del proceso de pensamiento (García, 2012).

1.2 LA CREATIVIDAD EN LA PSICOLOGÍA

La psicología no es la ciencia de la creatividad. Pero la ciencia de la creatividad no es posible sin la psicología

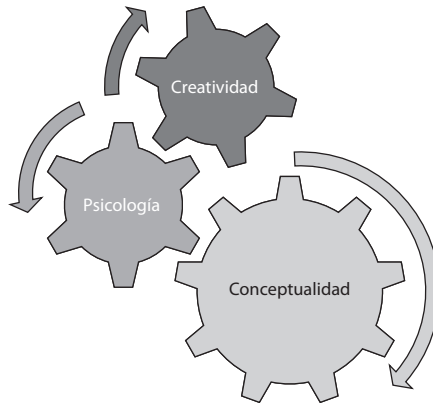
C.A. MONREAL

La relación entre dos conceptos, su interdependencia, interrelación o la influencia de uno en el otro puede resultar compleja a simple vista, por lo que es necesario conocer los elementos de forma independiente en principio. De este modo es posible identificar sus características, propiedades y particularidades, aquello que le es representativo y significativo.

Se ha revisado en el párrafo anterior el origen del concepto de la creatividad y se ha hecho una revisión histórica que culminó con la influencia de la psicología en el mismo. En esta vía es preciso retomar, de forma muy breve, qué es la psicología como ciencia y cuales son sus diversas áreas de investigación y de aplicación. De igual manera, es preciso familiarizarse aun más con la creatividad en sus diversas formas de conceptualización y aplicación, además de revisar cómo la psicología ha realizado diversos aportes en torno a ella desde varias de sus corrientes y escuelas. Este recorrido inicial se hace desde cada una de las aproximaciones de las corrientes de la psicología, imposible encontrar una sola descripción conjunta. Iniciaremos, pues, por hacer mención sólo de algunas definiciones provisionales de diversos teóricos; el enfoque será básicamente a aquel

consenso en cuanto a la finalidad de la psicología y cómo estos elementos son aporte importante para la creatividad.

IMAGEN 2. *Relación entre conceptos*



FUENTE: Elaboración propia.

1.2.1. *La psicología*

Etimológicamente, la palabra “psicología” tiene por significado el estudio de la psique, término con el que se nombraba una parte importante del ser humano en la antigua Grecia que podría equipararse al alma, el espíritu o la mente. Era la forma como los psicólogos clásicos y los teólogos interpretaban el objeto de estudio de esta disciplina. Los inicios del estudio de la psicología se remontan a los presupuestos filosóficos de la investigación científica; la llamada psicología filosófica trataba los problemas de la conducta así como de la mente en un contexto de conocimiento común (Bunge y Ardila, 2002). Sin embargo, en la actualidad el estudio científico y, sobre todo experimental, ha ganado relevancia en la disciplina, de modo que las aportaciones desde las diversas corrientes han generado cambios en su definición con el paso del tiempo. En la actualidad, la psicología científica tal como se practica, se ejerce, se investiga y se estudia, no puede aceptar como objeto de estudio el alma, algo no sólo intangible, sino imposible de investigar.

Las principales teorías psicológicas que en general hacen referencia al estudio de la mente y del cuerpo han sido la teoría dualista cartesiana, la

teoría de la Gestalt, la conductista de estímulo-respuesta, la teoría del aprendizaje de Jean Piaget, la sociocultural de Lev Vygotsky, el aprendizaje social de Bandura, la disonancia cognitiva de Festinger y la teoría del procesamiento de la información. No se revisarán cada una de ellas, pues no es necesario para nuestros intereses, sólo mencionaremos algunas precisiones aportadas por esta diversidad de enfoques.

La psicología es propiamente una ciencia por los procesos de investigación y los aportes de nuevos conocimientos. Como tal, estudia la conducta, los procesos mentales, así como la personalidad del ser humano, quien busca de forma individual, durante toda su vida, una vía de trascendencia (Zepeda Herrera, 2003). La psicología como ciencia presenta un rigor metodológico, un sistema que busca llegar a conocimientos consistentes y complejos, escapar de la simplicidad y, sobre todo, explicar los procesos conductuales y mentales. Se le ha atribuido, de igual manera, el estudio no sólo de la conducta humana, sino de la conducta animal, entendiendo como conducta aquellas respuestas que surgen ante estímulos que proceden del interior de los seres vivos y también del medio ambiente (Braunstein, Pasternac, Benedito, y Saal, 2003). Cuando hablamos de la conducta, es importante hacer hincapié en que nos referimos a las conductas observables, posibles de evaluar para predecir y, de esta manera, atender a las problemáticas de los individuos; entonces, cuando se hace referencia a los procesos mentales, algunos autores los establecen como procesos internos del ser humano, es decir, los estudian como las fuerzas que se producen en el entorno físico y social de éste (Gerrig y Zimbardo, 2005).

Hasta este momento, se ha hecho referencia la psicología como ciencia, pero en tanto que psicología básica, realizada a través de la investigación básica, en donde el psicólogo estudia los comportamientos y los procesos internos del individuo para llegar a conocimientos nuevos, aportaciones y explicaciones. A diferencia de ella, para que la psicología aplicada igualmente sea considerada científica, debe basarse en los conocimientos que la primera haya aprobado como científicos (Arana, Meilán, y Pérez, 2006). La complementariedad entre ambas permite que el trabajo de las diversas áreas, corrientes, teorías o escuelas de la psicología sea más efectivo, pues, como lo mencionan estos autores citando a Fernández Trespalcios, los conocimientos de la psicología básica permiten a las diferentes ramas de

la psicología aplicada, a través de la aplicación de técnicas adecuadas, entender, comprender y resolver los problemas psíquicos del ser humano.

Algunas ramas de la psicología actuales se describen a continuación. La psicología existencial, que es una escuela psicológica enfocada fundamentalmente en lo ilógico e inadmisibles, se encauza en la enajenación de la vida reciente y en cómo estos elementos provocan indolencia y problemas mentales en los individuos; asimismo, orienta a las personas para adquirir un sentido de identidad que les faculte a comprometerse con sus actuaciones y, de esta manera, lograr un sentido de libertad. Por su parte, la psicología humanista sitúa la importancia de la experiencia no verbal, así como los estados alterados de la conciencia, como centro para explotar el pleno potencial del ser humano y para que éste logre obtener su propio sentido de identidad, su fuerza de voluntad y consiga ser espontáneo en sus acciones en diversos contextos.

Por su parte, la psicología cognoscitiva se dedica a estudiar los procesos mentales en un sentido más amplio, es decir, los procesos como el pensamiento, los sentimientos, el aprendizaje, los recuerdos y la toma de decisiones, con el objeto de comprender cómo el individuo procesa la información que llega a través de los sentidos. Otra corriente es la psicología evolutiva, que es un método y una rama de la psicología que se enfoca en los orígenes evolutivos de la conducta del ser humano y también de los procesos mentales; considera, asimismo, su valor adaptativo, así como los propósitos que continúan atendiendo. La psicología de la Gestalt estudia la forma como el ser humano advierte y experimenta los objetos como patrones globales, es decir, cómo percibe tanto la figura como el fondo de dichos objetos (Maisto y Morris, 2001). A su vez, estos autores definen la psicología como una “ciencia de la conducta y de los procesos mentales” (p. 8). Por último, englobada en esta ciencia se encuentra la psicología general (Velázquez, 2001), que establece que “estudiamos al individuo humano, adulto, normal, civilizado. Pero ese ser es una abstracción. Lo que vemos en la realidad de la vida son seres humanos [...]” (p. 35).

Con este conciso recorrido se da cuenta de que la psicología trabaja de forma constante en la comprensión del ser humano con la finalidad de predecirlo, revelarlo, conjeturar sus acciones, examinarlo y analizarlo en diversos contextos; objetivos que se logran mediante la investigación y la aplicación. Por lo demás, estas características configuran su definición

como ciencia y por lo tanto, su gran utilidad para todo ser humano, en todos los contextos y en todos los momentos de su vida. Sin embargo, no es posible una sola definición de psicología, pues cada corriente privilegian determinadas aportaciones y la variada comunidad de psicólogos no quedaría conforme con una conceptualización única.

1.2.2 La creatividad en la psicología

Una de las grandes aportaciones realizadas por la psicología ha sido indudablemente el estudio de la creatividad, y es que existe una estrecha relación en la historia entre ambos conceptos, pues fue hasta principios del siglo xx que los psicólogos, pioneros en ello, comenzaron estudiar formalmente y a sentar las bases teóricas sobre la naturaleza propia y característica de la creatividad. Como se ha visto en el capítulo anterior, la creatividad ya había sido concebida en diversas ideologías, incluso aunque no existía el concepto como tal, sin embargo, su estudio carecía de rigor científico. No fue sino a partir del interés, de las aproximaciones teóricas y de las orientaciones de carácter empírico del psicólogo Joy Paul Guilford, presidente de la Asociación Americana de Psicólogos en 1950, que se centró la atención en este tema poco estudiado por los psicólogos de la época. Justo esta fecha ha sido considerada dentro de la historia, como el inicio de la investigación científica sobre la creatividad.

En lo anterior se observa la estrecha interrelación de la psicología y la creatividad. A partir de este momento surgieron diversos enfoques sobre la creatividad desde otras disciplinas, sin embargo, la perspectiva psicológica ha sido la principal exponente entre ellos. De hecho (Monreal, 2000), se considera que la creatividad es un objeto de estudio propio de la psicología como ciencia.

Una de las primeras líneas de investigación fue el enfoque psicoanalítico de la creatividad, cuyos primeros exponentes, Sigmund Freud y Carl Jung, la concebían como la interacción entre la conciencia y el inconsciente (libido, inconsciente colectivo, subconsciente o preconscious), pues la creatividad en esos tiempos estaba solamente ligada a las actividades artísticas como la pintura, la escultura, la música. De ahí que hiciera referencia a la influencia del inconsciente en las obras de arte, un aspecto de la génesis de las creaciones del espíritu. Por su parte, el Behaviorismo pro-

puso el enfoque conductual de la creatividad, interesado en observar el comportamiento original y su estimulación. En tanto, la psicología humanista, fundamentada en las obras de Abraham Maslow, consideró que la creatividad está relacionada con la autorrealización del ser humano para alcanzar un ser completo y sano.

En un principio, las investigaciones sobre la creatividad tuvieron un enfoque cognitivo y priorizaron la personalidad del individuo creativo; se buscaba comprender cómo funciona la mente en el proceso del pensamiento creativo. Posteriormente, las líneas de investigación se multiplicaron en diversidad de corrientes y escuelas (Velasco Barbieri, 2007), las cuales han estudiado como proceso, producto, imaginación o solución de problemas. En paralelo, a partir del progreso de la medición psicológica, también llamada psicometría, se han realizado diversas pruebas o test como formas de evaluar y medir la creatividad. Uno de los primeros en impugnar la necesidad de tener medidas para determinar qué individuos tienen potencial de ser creativos fue el ya mencionado Joy Paul Guilford, quien desarrolló el test “Usos alternativos” en 1967. Otros test que surgieron por esas épocas fueron el de la “Figura incompleta”, del psicólogo Ellis Paul Torrance en los años 60, el de “Asociaciones remotas” de Mednick y el “Problema de la vela” de Karl Duncker en 1945. Otros más actuales y que revisaremos un poco más a detalle en capítulos posteriores son las pruebas de imaginación creativa en su versión para niños, jóvenes y adultos, PIC-N, PIC-J y PIC-A (Artola, y otros, 2012), así como la prueba CREA.

Otro enfoque sobre la creatividad desde la psicología es el pragmático, el cual busca su utilidad práctica. En consecuencia, se indaga en formas para desarrollar habilidades en el individuo a partir de sus capacidades innatas; básicamente a través de actividades que impulsan la habilidad del pensamiento creativo mediante la exploración de funciones, metodologías, técnicas y tácticas para la solución de problemas habituales o que ocurren de forma inesperada en los diversos contextos. En este sentido, se hace referencia a una persona resolutiva. Por su parte, el enfoque neurocientífico investiga qué sucede en el cerebro durante el proceso creativo de una persona, durante el cual trabaja todo el cerebro; por ello, están implicados los ámbitos cognoscitivo, intuitivo y afectivo, así como las correlaciones fisiológicas del cerebro (Salas Silva, 2008).

Del enfoque cognitivo surgieron otras ramas disciplinares con aportaciones, sobre todo, en la inteligencia artificial, en la que se despliega la

creatividad computacional. Esta última hace referencia al estudio del proceso creativo en el uso de las computadoras como medio para la generación de conocimiento (Pérez y Pérez, 2015). Por otro lado, el enfoque social personal de la creatividad —del que se hablará en capítulos posteriores— explora los temas de la personalidad creativa y sus características, el efecto de ésta a través de la motivación, las personas creativas en lo personal y su convivencia y contribución social, con dominio de saberes y un reconocimiento social a partir de sus creaciones, ya sea en los ámbitos profesional, artístico o artesanal. Por su parte, el enfoque organizacional trabaja la innovación, la solución de problemas, el liderazgo creativo y la creatividad grupal, desde una visión global y hacia todas direcciones, con el objetivo de incentivar la creatividad en todos los trabajadores a través de la consolidación de un trabajo en conjunto. Por último en el ámbito cognitivo, no así en todas las áreas de aplicación de la creatividad, se encuentra la inteligencia emocional en donde se trabaja e investiga cómo las emociones afectan la creatividad, como la alegría, la tristeza, la ira, el miedo, la sorpresa, que pueden influir en la personalidad o el proceso creativo del individuo.

En este capítulo se ha observado cómo la psicología y la creatividad van de la mano. Las aproximaciones psicológicas que se han revisado se dirigen hacia el conocimiento de la psique humana y, dentro de ella, hacia la creatividad a través de la identificación de las estrategias, técnicas y tácticas adecuadas para la resolución de problemas a los que el ser humano enfrenta en diversos ámbitos y contextos.

CAPÍTULO 2. BASES TEÓRICAS DE LA CREATIVIDAD

2.1. PSICOANÁLISIS Y CREATIVIDAD

El psicoanálisis introduce, en vez de lo sobrenatural, las leyes del devenir psicológico; en vez de la inspiración, el inconsciente; en vez de las musas, los deseos y las represiones; en vez de las voces de arriba, las pulsiones de abajo.

RODRÍGUEZ, 1995

El psicoanálisis fue creado por Sigmund Freud a finales del siglo XIX y se presentó como un método de tratamiento de las alteraciones psíquicas de los individuos de la época. En el centro de la teoría se coloca el comportamiento de la persona como una pequeña parte de la actividad mental; es decir, se hace referencia a que existen componentes de la mente que no necesariamente son perceptibles o asequibles con facilidad al ser humano. Para fines expositivos, la teoría psicoanalítica se puede dividir en tres componentes: el dinámico, el estructural y el secuencial.

2.1.1. *Componente dinámico*

Respecto a este componente cabe destacar que las diversas teorías psicoanalíticas enfatizan la existencia de fuerzas internas con las que las personas nacen y que se denominan *pulsiones*, mismas que inicialmente Freud caracterizó como motivadoras de gran parte de la conducta humana, pues advirtió que la autopreservación parte de dichas pulsiones, las cuales, por lo tanto llevan a la persona a satisfacer sus necesidades físicas: respirar, alimentarse, hidratarse, descansar. En estas líneas, a la energía psíquica de pulsión sexual la denomina *libido*.

Sin embargo, luego de la Primera Guerra Mundial, hacia 1920, Freud reformuló su teoría de las pulsiones, al observar una pulsión agresiva que se agrega a la pulsión sexual, a la que llamó instinto de muerte o *Tanatos*, en oposición a la pulsión de vida o de preservación, *Eros*.

2.1.2 Componente estructural

Freud dividió a la personalidad en tres estructuras: *ello*, *yo* y *superyó*. El primero se encarga de la búsqueda del placer, que exige la subvención inmediata. Su mayor parte es inconsciente. El segundo, también denominado *self*, es el aspecto racional de la personalidad, de acuerdo con el principio de realidad, es decir, la subvención de los requerimientos se deberá aplazar hasta que pueda tenerse acceso a objetivos reales convenientes. Así, la gratificación que se busca se logrará a sabiendas de que se deben llevar a cabo acciones previas, como solución de problemas, a través de diversas funciones intelectuales. Cumple una función importante como medidor entre las impetraciones de placer del *ello* y las reprobaciones morales del *superyó*. Una proporción importante del *yo* es consciente.

Respecto al *superyó*, puede clasificarse como el ámbito moral de la personalidad. Representa internamente los valores de la sociedad y orienta a la persona hacia lo deseable o bien visto por la comunidad. Cabe mencionar que el grueso de la actividad de las tres instancias funciona al límite de la conciencia y que es el *yo* quien desarrolla la prueba de realidad para discriminar entre percepciones e imágenes interiores.

2.1.3 Componente secuencial

De acuerdo con Freud, existen diversas etapas en el transcurso de las cuales las personas van desarrollando sus características personales. En ese sentido se tienen cinco etapas en las que las pulsiones de vida o búsqueda del placer van cambiando su foco, a saber:

Etapa oral, abarca aproximadamente desde el nacimiento hasta el primer año de vida. Se caracteriza en que el placer se centra en la boca: succionar, masticar, morder.

Etapa anal, de los dos a los tres años. El placer se centra en la retención o evacuación de la vejiga y el intestino; el conflicto autoridad-rebelión reside en el entrenamiento del control de esfínteres, que posteriormente se convertirá en arquetipo de control y autonomía, provocando una sensación de logro e independencia. Las experiencias positivas, en esta etapa, sientan las bases de adultos creativos, competentes y productivos.

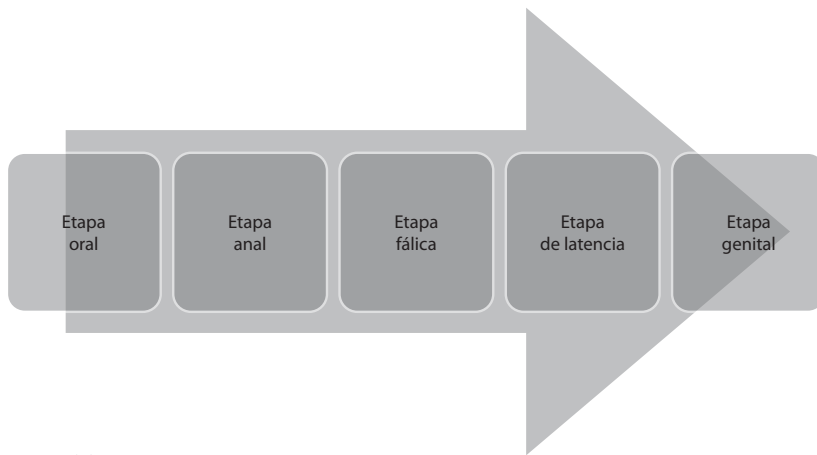
Etapa fálica. La libido se centra en la zona de los genitales durante los cuatro y cinco años de vida. Se enfrenta un conflicto importante que tiene que ver con afrontar el deseo por poseer a los padres del sexo opuesto y deshacerse del progenitor del mismo sexo, contexto al que Freud denomina complejo de Edipo. La solución de dicho conflicto comprende dos procesos: represión (poner fuera de la conciencia) de deseos estigmatizadores e identificación defensiva (hacerse como la persona que intimida) con el padre o madre, respectivamente.

Etapa de latencia, que abarca de los seis años hasta la pubertad. El término latencia hace referencia a que la libido queda dormida o latente. Se caracteriza por una represión intensiva de todos los impulsos sexuales, dirige su energía a otras actividades, como la lectura, el deporte, las amistades, y por tanto, representa una etapa importante para el desarrollo de la creatividad.

Etapa genital. Tiene lugar a partir de la pubertad y permanece hasta la adultez. La libido nuevamente se concentra en la zona genital, sin embargo, el placer se experimenta hacia las demás personas (placer homosexual o heterosexual), con lo que los procesos creativos tienden a dirigirse hacia el amor, a través de la música, la pintura, la poesía, la moda, etcétera.

Es así que la teoría psicoanalítica ayuda a entender cómo es que se produce el desarrollo en las personas y desde ahí explicar de manera más cercana lo que sucede con elementos como el desarrollo de la creatividad.

IMAGEN 3. *Componente secuencial de Sigmund Freud.*



FUENTE: Elaboración propia

2.1.4 La creatividad desde la teoría psicoanalítica

Es preciso analizar el desarrollo de la creatividad desde esta compleja teoría ideada por Freud. Partamos, pues, de los conceptos analizados, según los cuales el componente dinámico sugiere que la energía psíquica persigue placeres de tipo sexual, aunque no en todos los casos, pues dichas pulsiones pueden encauzar la energía en fines distintos, proceso al que se denomina sublimación y que Laplanche y Pontalis (2004) definen como:

Proceso postulado por Freud para explicar ciertas actividades humanas que aparentemente no guardan relación con la sexualidad, pero que hallarían su energía en la fuerza de la pulsión sexual. Freud describió como actividades de resorte principalmente la actividad artística y la investigación intelectual. Se dice que la pulsión se sublima, en la medida en que es derivada hacia un nuevo fin, no sexual, y apunta hacia objetos socialmente valorados (p. 145).

En tal sentido, es la sublimación, como proceso, garante de la creatividad desde la teoría psicoanalítica, dado que la desviación hacia fines distintos a los sexuales potencia que el individuo deposite sus energías psíquicas en creaciones tales como la música, la pintura, la arquitectura, la escultura, la danza, el teatro, la literatura, el cine y demás actividades que pueden ser consideradas arte.

Al respecto, afirma Mota (2011) que “a través del arte podemos comunicar nuestras ideas y nuestros secretos, nuestro tematizar acerca de nosotros mismos, de la naturaleza y del universo. En la obra de arte, el artista representa su mundo, su sociedad y su sitio” (p. 145). Asimismo, advierte que dicha comunicación tiene su fin en sí misma, es decir, con el hecho de realizar la actividad artística se descarga la energía psíquica presente en el artista.

Cabe resaltar que Freud relaciona de manera enfática el acto creativo con las “ensoñaciones diurnas” (guion imaginario en estado de vigilia) y con el juego infantil (impresiones de acontecimientos infantiles), las cuales, junto con las fantasías inconscientes del creativo, forman todas aquellas vivencias que configuran la personalidad. Éstas se acumulan estructuralmente en las tres instancias de la *psique*, mismas que darán lugar a ensoñaciones diurnas o sueños que se habrán de cristalizar en creaciones o productos.

Al respecto, menciona Colom (2006) que siempre que hay creación hay sublimación; es decir, la sublimación sólo conjuga con el autor cuando hay creación de por medio. En tal sentido, para la teoría psicoanalítica la sublimación es un proceso *sine qua non* para el proceso creativo, pues éste se remite a creaciones que se materializan en obras artísticas, entendiendo por éstas el producto de la actividad humana que tiene como finalidad la representación de una realidad conforme a la persona que crea.

De acuerdo con Agamben, referido por Colom (2006), hay dos aspectos de la producción creativa que deben mencionarse:

1. El arte es inseparable de la actividad creativa y del “hacer” del hombre en su conjunto.
2. Una condición importante de las obras de arte es la originalidad.

Estas premisas están provistas de razón, en tanto que en la primera se hace referencia a la capacidad del hombre para realizar producciones que representan su modo de ver el mundo, la cual abarca desde la estética presente en las obras artísticas, hasta la tecnología creada para facilitar una vida que desde las representaciones de la persona creativa ha de ser más sencilla con el uso de dichos artefactos. Respecto a la segunda, se entiende la condición *original* de las producciones como algo cercano al origen, es decir, que la producción creativa tiene una proximidad consigo misma de forma tal que su proceso de elaboración es único y por lo tanto irrepetible.

Hay que puntualizar que, desde la teoría psicoanalítica, la personalidad se formula durante la existencia del sujeto, sin embargo es en los primeros años de vida donde se forman los principios del comportamiento, así como las bases de la personalidad. En tal sentido, las experiencias que se puedan acumular a lo largo de la vida se organizarán o estructurarán de manera consciente o inconsciente de acuerdo con lo que se va aprendiendo de la cultura en la que se vive y que es aceptado, rechazado, reconocido o reprobado socialmente.

Es muy probable que dichas experiencias no tengan una organización en la mente de la persona, incluso que ésta haya tratado de desaparecer los pensamientos, deseos o fantasías por considerarlas inadecuadas o inaceptables, de tal forma que ese mar de pensamientos, ideas, recuerdos, creencias y anhelos, coexisten en la persona de manera aleatoria, constituyendo así un imaginario individual; por su parte, las experiencias registradas por

el sujeto en las que se encuentra representado un contexto familiar, cultural social que es compartido, constituyen el imaginario colectivo. Este caos de vivencias reclama en todo momento una organización por parte del sujeto, situación que representa la creación de nuevas respuestas que puedan adaptarse a la necesidad (pulsión) que tiene lugar en el momento.

La teoría psicoanalítica permite explicar, desde una perspectiva muy consistente y vigente, el proceso creativo en los sujetos. Los conceptos básicos de la teoría permiten analizar cómo sucede tal proceso a saber, las vivencias se almacenan de manera consciente e inconsciente desde los primeros años de vida; conforme madura la estructura psíquica, son el *ello*, el *yo* y el *superyó* las instancias encargadas de mediar la conducta, claro está que de acuerdo con la etapa de desarrollo por la que se atraviesa, las elaboraciones creativas irán madurando desde la manera de hacer las tareas escolares (etapa fálica), hasta la forma en la que se pretende desahogar la libido cuando se fracasa en llamar la atención de la persona que resulta atractiva (etapa genital), escenario en el que la sublimación resulta ser un proceso que permite dar paso a la creatividad y liberar la energía psíquica.

2.2 LA GESTALT Y LA CREATIVIDAD

Yo hago lo mío y tú haces lo tuyo. Yo no estoy en este mundo para satisfacer tus expectativas, ni tú estás en este mundo para satisfacer las mías. Tú eres tú, y yo soy yo, y si por azar nos encontramos, será maravilloso. Si no, nada se puede hacer.

FRITZ PERLS

La teoría Gestalt surge en Alemania a principios del siglo xx, como una rama disidente del método psicoanalítico freudiano y el conductismo. Es conocida como la psicología de la tercera fuerza y está enmarcada por lo tanto, en una corriente humanista que plantea como principal centro de atención una psicoterapia basada en el cliente o en la persona. Su propuesta se puede resumir en la premisa “El todo es más que la suma de sus partes”.

Algunos antecedentes de la filosofía gestáltica se remontan a grandes pensadores como Kant, Descartes y Husserl, quienes sientan las bases de esta importante teoría. Dentro de sus principales postulados se encuentran:

- El tratamiento de la persona como una totalidad: para poder entender lo que sucede con una persona es importante explorar sus diferentes dimensiones como un conjunto y no de manera aislada. En este sentido, se explora las relaciones dinámicas que conectan los distintos elementos de la realidad, así pues, desde esta teoría no es concebible separar procesos, como la creatividad de la percepción o la atención.
- La comprensión de la realidad de manera activa: dado que no todas las personas perciben la realidad de la misma forma, se entiende que cada quien tiene su propia visión. Las representaciones del mundo no corresponden de manera fiel y exacta al mundo en sí, es decir, las construye el sujeto de acuerdo con las vivencias y experiencias que ha tenido a lo largo de su vida.

Esta corriente surge de la oposición a las escuelas que predominaban en su momento. Considera al conductismo como una teoría limitada en tanto que explica el comportamiento humano únicamente desde los estímulos y respuestas, dejando de lado los procesos mentales y el razonamiento y la inteligencia; respecto al psicoanálisis, lo considera una corriente que en sus explicaciones no le atribuye la importancia suficiente a las voluntades de la persona, pues lo concibe como un agente pasivo que únicamente responde a las energías pulsionales.

El principal objeto de estudio de la Gestalt tiene que ver de forma muy importante con la percepción, al preocuparse primeramente por entender y posteriormente por explicar de manera asequible la manera natural que tienen las personas de comprender el mundo que les rodea, así como todos y cada uno de sus contextos, pues se considera que a través de la percepción se conoce el mundo y se interactúa con él y con el resto de las personas. Desde este punto de vista, se admite que la principal forma de conocer es la percepción visual, misma que interactúa con el resto de los sentidos (auditivo, táctil, gustativo, olfativo) para poder elaborar percepciones de lo que sucede alrededor y así dar respuestas concretas. Asimismo, esta teoría ha desarrollado sus propios métodos y técnicas, mismos que se ha elevado al carácter de leyes y principios y que se enuncian enseguida y se muestran en la imagen 4:

- Ley de la buena forma: la mente humana siempre trata de organizar lo que percibe de la manera más sencilla posible, para acortar el

tiempo de atención que se puede prestar a un acontecimiento o situación. Esto tiene la función de facilitar el entendimiento y no agotar los recursos limitados de que dispone el individuo.

- Ley de figura-fondo: el ejemplo más conocido de esta ley es la famosa copa de Rubin, en la que por medio de dos colores distintos se permite distinguir dos figuras diferentes a partir de lo que la mente coloca en el fondo, puede ser dos caras que se ven frente a frente y forman en el fondo una copa o viceversa.
- Ley de la proximidad: consiste en la tendencia a agrupar o unificar elementos en cuanto a cercanía se refiere, de manera que percibimos las cosas como si fueran una unidad.
- Ley de la similitud: esta enuncia que a los objetos que se perciben como semejantes, se tiende a organizarlos como si tuvieran la misma forma; así, dentro de un conjunto de varios círculos, se percibirá un cuadrado como si tuviera una forma redonda y pasará desapercibido.
- Ley de cierre: tendencia que tiene la mente de percibir los objetos en su forma completa y no de manera parcial o con aberturas, es decir, se dispone mentalmente a cerrar los contornos para simplificar la realidad. Cabe resaltar que esta tendencia a completar o cerrar figuras también aplica a situaciones verbales, en las que aquellas frases incompletas pueden ser comprendidas en su significado completo aunque no haya sido explicitado.
- Ley de la compleción o buena continuación: la mente humana intenta siempre ordenar la información y entenderla en su forma completa; así, aquellas figuras que son obstruidas por otras que se les superponen, son entendidas mentalmente en su representación acabada y no en su parcialidad, ya que se prefiere ignorar los saltos abruptos. Es menester mencionar que para los seguidores de este enfoque, el contenido de las leyes enunciadas, es aplicable a todo tipo de percepción y no sólo a la visual.

La teoría Gestalt entiende a la creatividad como la solución novedosa a problemas antiguos. En ese orden de ideas, Wolfgang Köhler insertó el *insight* (*Einsicht*), como un concepto que, aunque difícil de explicar debido a sus múltiples acepciones contemporáneas, intenta distinguir el comportamiento inteligente de cualquier otro. Al respecto, Farfán y Mogrovejo (2015) proponen que:

En este marco, el comportamiento inteligente se define como la capacidad de solucionar problemas. Hoy en día, esta capacidad es considerada como parte de la inteligencia, que, a decir de Köhler, el *einsicht* es el modo de cambiar el entorno positivamente con el propósito de alcanzar una meta (p. 126).

Definición que encaja a la perfección con las concepciones que se tienen actualmente sobre la creatividad. Manuela Romo (2010), profesora de la Universidad Autónoma de Madrid, señala:

En el proceso mental de este pensamiento creador hemos partido de encontrar un problema, de darle una formulación que antes no existía y que por tanto, es innovadora y única, y finalmente alcanzar una solución que es el producto creativo que, como he dicho antes, cumple además del requisito de la novedad, con el criterio del valor; un valor que serán los expertos del ámbito donde surge quienes lo tendrán que refrendar (p. 2).

Puede advertirse entonces que el *Insight* implica hacer nuevas relaciones para percibir un mejor entorno y obtener una mejor visión del problema. En dicha situación participa el pensamiento creativo que permite una formulación que antes no se apreciaba. Reformulado el problema, es posible pensar en una solución distinta, proceso en el que Wertheimer, citado por Pozo (1997), distingue dos tipos de pensamiento:

El pensamiento reproductivo sería aquel que consiste simplemente en aplicar destrezas o conocimientos adquiridos con anterioridad a situaciones nuevas. Así, por ejemplo, todos hemos aprendido a aplicar de modo reproductivo la ecuación del 'binomio de Newton' para hallar el cuadrado de una suma: $(a + b)^2 = (a^2 + b^2 + 2ab)$. En cambio, el pensamiento productivo sería aquel que implicaría el descubrimiento de una nueva organización perceptiva o conceptual con respecto a un problema, una comprensión real del mismo (p. 215).

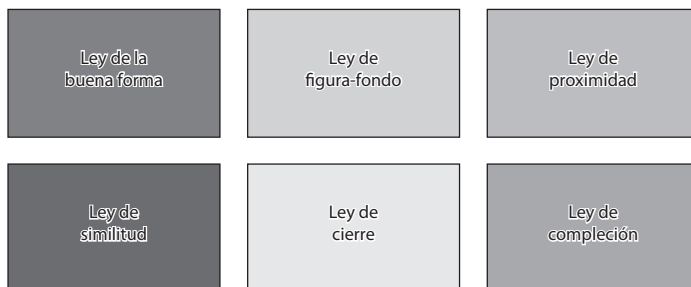
Así, el pensamiento productivo, el pensamiento que produce soluciones nuevas, implica ver una situación desde un ángulo que no ha sido observado antes, de manera que esto suscite la comprensión tanto del desajuste que se presenta, como de las alternativas planteadas anteriormente, y así proponer soluciones nuevas y distintas.

Ejemplo de un pensamiento productivo lo realiza Carmen Vázquez Bandín en 2013, quien en el XIII Congreso Internacional de Gestalt, enfatizó que si la famosa oración de la Gestalt de Fritz Perls (expresada en el epígrafe de este apartado), la hubiera escrito en la actualidad, podría haber sido redactada de manera distinta:

Yo hago mis cosas y tú haces las tuyas.
 En muchas de las cosas que hago, tú tienes mucho que ver,
 Y en muchas de tus cosas yo he contribuido.
 Yo puedo ser yo contigo mientras tú puedas ser tú conmigo.
 Yo seré yo mientras tú seas tú;
 Y aunque por casualidad nos hayamos encontrado,
 Continuemos juntos o separados,
 Nuestra vida nunca volverá a ser la misma ya que
 Nuestro encuentro nos habrá enriquecido.

La creatividad, desde la teoría Gestalt, puede asociarse entonces con el concepto de *Insight* propuesto por Köhler, así como con el pensamiento productivo de Wertheimer. Ambos siguiendo la ley de la buena continuidad, conducen evidentemente a pensar en la creatividad como nuevas elaboraciones, como realización de diferentes alternativas que lleven a soluciones novedosas de problemas planteados con anterioridad o de manera reciente, cuya característica es no haber sido resueltos.

IMAGEN 4. *Leyes de la Gestalt.*



FUENTE: Elaboración propia

2.3 EL ASOCIACIONISMO Y LA CREATIVIDAD

Nuestra mente tiene la capacidad de guardar y organizar información, es decir, de realizar asociaciones con los estímulos que nos encontramos en el medio y también con las respuestas que damos ante dichas instigaciones. De hecho, el trabajo de realizar asociaciones radica en la información que vamos obteniendo del medio para después almacenarla y dar así algunas respuestas anteriormente reservadas (De la Torre y Violant, 2006).

Al considerar que el conocimiento se obtiene a partir de la asociación de tres principios (contigüidad, similitud y contraste), Aristóteles prefiguró el asociacionismo a partir de un método empírico, porque hizo asociaciones a partir de imágenes. Sin embargo, es hasta el siglo XX que esta rama de la psicología se consolida como tal, al adoptarla el conductismo como parte de sus fundamentos; y al ser la corriente psicológica que le da el título de ciencia y la fortalece epistemológicamente, entonces se le conoce como asociacionismo conductista (Del Carmen, 2009).

El asociacionismo conductual es una teoría del aprendizaje que se refiere a tener una respuesta (conocimiento nuevo) a partir de un estímulo. Como todo el proceso es empírico, funciona. Se puede utilizar para orientar el aprendizaje en la dirección que se desee, así como para retroalimentarse. Es una teoría que asevera que todos pueden aprender de algún estímulo y con ello producir conocimiento, y si éste es nuevo, se le está estimulando para la creatividad (Del Carmen, 2009).

Algunas características importantes radican del ya nombrado proceso de asociación es que está compuesto de un estímulo y una respuesta. Éstas pueden ser contrastantes, semejantes o por continuidad temporal; por ejemplo, en el primer caso, tener hambre y comer; en el segundo caso, tener sueño y dormir; y en el tercer caso, condicionar algún comportamiento como ser responsable con los reportes de prácticas profesionales y obtener una carta de liberación o una constancia que lo avale (De la Torre y Violant, 2006).

Si bien aparentemente el asociacionismo posee los mismos procedimientos que el conductismo, recordemos que éste último sólo busca explicar las conductas observables, mientras que el segundo intenta dar una explicación del pensamiento y los procesos mentales que ocurren mientras se asocian ambas acciones, es decir, el estímulo y la respuesta, siendo condicionadas o no (De la Torre y Violant, 2006).

Para entender la labor de la teoría asociacionista en los campos de la creatividad, habrá que discutir primero el concepto mediacional. Se trata de ese momento central entre la imposición de un estímulo y el proceso en el que se presenta una respuesta. A ese punto medio en el que hay un ejercicio cerebral para producir los pensamientos como consecuencia de tales o cuales estímulos, se le conoce como mediacional (De la Torre y Violant, 2006).

Ahora, cuando hay un estímulo y se presenta una respuesta automática, se podría decir que es simple asociacionismo, con un proceso mediacional sencillo sin ningún otro elemento que lo explique. Sin embargo, cuando el sujeto recibe un estímulo y para dar una respuesta tiene que pensar y decidir entre varias opciones, entonces ocurre un proceso mediacional en el que hay creatividad, puesto que el individuo tiene que esforzarse por dar una respuesta original, innovadora, flexible (De la Torre y Violant, 2006).

La teoría asociacionista, a pesar de tener la apariencia de ser una teoría sin propuesta innovadora, propone un ejercicio interesante para promover el proceso creativo. Plantea presentar los mismos estímulos en repetidas ocasiones de modo que en cada una de ellas se tengan que dar diferentes respuestas y de esa manera no se vuelvan monótonas o automáticas y, en consecuencia, se produzcan propuestas originales (De la Torre y Violant, 2006).

Por otra parte, para explicar el proceso de asociación de ideas habrá que revisar el concepto de serendipia, que ha sido confundido con la idea de simplemente encontrar respuestas de manera casual en la vida cotidiana. No obstante, tal como lo explicaba Louis Pasteur, “la suerte sólo favorece a las mentes preparadas”, es decir, estos hallazgos no son causales, sino son producto de momentos fortuitos que, gracias a las asociaciones innovadoras, producen una respuesta creativa (De la Torre y Violant, 2006).

El origen de la palabra serendipia proviene del cuento “Los tres príncipes de Serendip” narración popular de Sri Lanka. En realidad serendip es un nombre para la región ya mencionada. Allí, hace mucho tiempo un rey tuvo tres hijos a los que amaba y a quienes estaba a punto de dejar su herencia, pero primero quería que conocieran el mundo. Así, ellos, camino a tener cientos de aventuras notaron rasgos y huellas en el ambiente que les dieron información muy particular sobre un camello que nunca habían visto. Al poco tiempo descubrieron que alguien se había robado al animal y al preguntarles a los hermanos si lo habían visto ellos respondieron tan meticulosamente que fueron inculpados. Durante el juicio se les preguntó cómo supieron tantos detalles, ellos respondieron recreando todas las ob-

servaciones que habían hecho para descubrir las particularidades del camello. Durante el juicio el camello fue encontrado y ellos premiados por su gran inteligencia.

Algunos ejemplos de serendipia los encontramos en momentos de la historia de la ciencia. Por ejemplo, Arquímedes quería descubrir si la corona del rey era de oro puro; cansado de pensar se metió a bañar y así fue como descubrió que a través de la masa de los objetos y la relación con su volumen se puede obtener su densidad. Otro ejemplo claro es el descubrimiento de Fleming, al que se le llenó de moho su instrumental con los virus que quería observar, posteriormente se dio cuenta que así el moho se había comido los virus, dando como resultado el camino hacia un antibiótico tan importante como la penicilina.

También cabe recordar las investigaciones de Pasteur respecto al cólera. Él quería saber cómo prevenir la enfermedad, por lo que inyectaba gallinas con la bacteria y les daba diferentes tratamientos que no funcionaban. Dejó a un irresponsable asistente haciendo el trabajo y semanas después les inyectaron un cultivo gracias al cual observaron que las gallinas no sólo no se enfermaron, sino que cuando volvieron a inyectarles la bacteria tampoco contrajeron la enfermedad. Así se inventó la primera vacuna.

Spenser Silver pretendía crear un pegamento extra fuerte, pero fracasaba logrando sólo un pegamento débil, por otra parte, un amigo suyo Art Fry, ponía papelitos en su libro de cantos religiosos y estaba cansado de que se cayeran constantemente; de manera fortuita, ambos se encontraron en una conferencia en donde hablaron al respecto y juntos crearon lo que ahora conocemos como post-it.

2.4 EL CONDUCTISMO Y LA CREATIVIDAD

En este mismo momento, un enorme número de hombres y mujeres de buena voluntad están tratando de construir un mundo mejor. Pero los problemas nacen más rápidamente de lo que pueden ser resueltos.

B. F. SKINNER

Hablar de conductismo en psicología inmediatamente nos remite a personajes importante para esta disciplina y que son de renombre, como Wat-

son, Pavlov, Skinner, Bandura, entre otros. Implica remitirse a sus interesantes teorías que intentan explicar el comportamiento humano a partir de elementos estimulantes, aquéllos que inciden en ciertas respuestas por parte del individuo.

Seguramente intentar relacionar las palabras que dan título al presente apartado resulta un esfuerzo conceptual importante, dado que pensar en el primero de los términos evoca la provocación de conductas mecánicas a partir de estímulos (internos y externos) previamente identificados e intencionalmente prediseñados; mientras que el segundo término nos remite a respuestas novedosas, originales y no ensayadas, antes no practicadas o mencionadas. Ante esto surge entonces la interrogante ¿cuál es la relación existente entre conductismo y creatividad?

Resulta útil hacer un breve pero interesante recorrido por la corriente conductista. Con la idea de objetivar a la psicología como ciencia dura o exacta (similar a las matemáticas, la física o la química), se han realizado una serie de experimentos para lograr explicaciones concretas y puntuales sobre la conducta humana. Con esta orientación, en un primer momento surgió el denominado condicionamiento clásico, que posteriormente se reformula y se denomina condicionamiento operante, para más tarde evolucionar a un aprendizaje de la conducta por observación.

En las siguientes líneas se exponen los fundamentos elementales, con la intención de recapitular las aportaciones del conductismo a la psicología, para posteriormente intentar formular una explicación de la creatividad desde esta importante y controvertida corriente. John Broadus Watson es bastante reconocido como el fundador del conductismo, al centrarse única y exclusivamente en el estudio de la conducta observable y dejando a un lado la consciencia como único objeto de estudio de la psicología, por lo que para 1913 proclamó el nacimiento de esta nueva rama.

2.4.1 Condicionamiento clásico

Los resultados más relevantes de esta corriente se deben al premio Nobel Ivan Petrovich Pavlov, quien estudió los sistemas digestivos y se dio cuenta de que la salivación, en sus perros objeto de estudio, se producía al ver la comida y no hasta que ésta se introducía en la boca. Pavlov observó que la respuesta natural que se producía en un perro al mostrar un estímulo

como la comida era la salivación, a dicha respuesta natural se le denominó respuesta incondicionada (RI), y lo que origina esa repuesta se le denominó estímulo incondicionado (EI); sin embargo, luego de algunos experimentos en los que de manera simultánea se presentaba al EI un estímulo llamado neutral (EN), que en este caso era el sonido de una campana, se dio cuenta que de la presentación de un EI y un EN, sucedía una especie de relación o asociación, la cual provocaba una repuesta condicionada (RC), de forma tal que una vez que el EI se dejaba de presentar y sólo se presentaba el EN, la salivación se seguía produciendo en el perro. Pavlov advirtió que la respuesta era provocada y no dada de manera natural, es decir, condicionada (RC).

En ese sentido, se advirtió que a un EI corresponde una RI, pero una vez que se introduce un EN, el estímulo se convierte en EC, provocando una RC; es decir, al sonar la campana el perro comenzaba a salivar, ya sin ver la comida.

2.4.2 Condicionamiento operante

Luego de revisar los trabajos y evidencias experimentales que presentó el condicionamiento clásico, B. F. Skinner observó que los estímulos podían ser agradables o desagradables y las respuesta obtenidas también, a partir de lo cual indagó acerca de los elementos que permiten a un organismo responder de una u otra forma ante ciertos estímulos presentes. Así, descubrió que un organismo repite una respuesta cuando ésta ha sido reforzada y de la misma forma tiende a desaparecer cuando ha recibido un castigo. Por un lado, se puede señalar que un reforzador puede considerarse como aquel estímulo gratificante, agradable para el organismo que, no obstante puede tener dos versiones: la positiva y la negativa. La primera consiste en presentar un premio, mientras que la negativa se refiere a omitir o quitar dicho premio. Por otro lado, el castigo tiene como finalidad disminuir la respuesta y éste se puede presentar cuando se obtiene una conducta indeseada, o bien, puede retirarse cuando se obtiene la respuesta deseada.

Skinner se dio cuenta que cuando el reforzador o castigo se presentan lo más cercano posible al acontecimiento de la conducta que se desea repetir o eliminar, se obtienen mejores efectos para tal cometido. Asimismo,

cabe resaltar que cuando no hay consecuencias (reforzadores o castigos), la conducta emitida tiende a desaparecer.

2.4.3 Aprendizaje observacional

Skinner, al agregar el condicionamiento operante al clásico de Pavlov y Watson, amplió en gran medida la capacidad de la teoría del aprendizaje para explicar la conducta de las personas. Sin embargo, continuaron incógnitas sin resolver. Una de ellas era que las personas, principalmente en las etapas infantiles y de niñez, muchas veces adquieren conductas nuevas simplemente observando a alguien realizarlas. Otra era que los niños con frecuencia tienen mayor o menor disposición a conducirse de cierta manera luego de ver que otra persona obtiene como resultado un refuerzo negativo o un castigo por tal conducta. Estos hechos desde luego no eran explicables desde una teoría que unidireccionalmente atribuía los comportamientos a estímulos controlables.

Albert Bandura, ayudará a la resolución de los planteamientos enigmáticos que quedaban pendientes al proponer que las personas conforme crecen, utilizan con mayor frecuencia un tercer tipo de aprendizaje: el observacional o por moldeamiento. Para este autor, el desarrollo humano implica la interacción entre la persona (habilidades cognitivas, características físicas, personalidad, etcétera.), su conducta (respuestas motoras, interacciones sociales, lenguaje) y su entorno (familia, amigos, influencias sociales), intervínculo al que denomina determinismo recíproco.

2.4.4 Relación entre el conductismo y la estimulación de la creatividad

Luego de esta breve revisión de algunas bases de la teoría conductista, retomemos la pregunta planteada al inicio del apartado para intentar analizar sus posibles repuestas. Para el condicionamiento clásico y sus conceptos implicados (EI-RI, EN, EC-RC), la creatividad puede ser entendida como aquella primera respuesta dada por el organismo, la cual, si bien efectivamente satisfizo lo demandado por el estímulo, una vez esa respuesta se repite ya no puede ser categorizada como creativa, pues no cumplirá

con el carácter inédito y auténtico de aquella respuesta que en su primera emisión (distinta a sus predecesoras) resolvió la situación solicitada.

Así pues, un estímulo incondicionado producirá respuestas naturales; para que puedan llegar a ser creativas es necesario apelar a estímulos neutros y estímulos condicionados lo bastante novedosos para que se obtenga una respuesta que se le asemeje, de manera que no se puedan encontrar respuestas diferentes ante estímulos iguales.

Respecto al condicionamiento operante, puede también ser aplicable a la producción creativa en tanto se haga uso de los reforzadores positivos cada vez que la persona haga gala de respuestas novedosas. Ejemplo de ello ocurre cuando, en una escuela, un profesor premia el trabajo a uno de sus estudiantes en la clase de educación física por haber realizado una estrategia que permitió a su equipo ganar un partido de fútbol; en lo sucesivo el estudiante intentará elaborar estrategias creativas cuyo resultado sea el triunfo del equipo del que forme parte. Sin embargo, el uso de castigos no es recomendable en la estimulación de la creatividad, pues existe la posibilidad de que en lugar de erradicar las respuestas repetitivas (indeseadas), se desanime al estudiante a buscar soluciones nuevas, pues concebirá a éstas últimas como un riesgo latente que puede colocarle ante una situación desagradable: el castigo.

De acuerdo con las aportaciones de Bandura, una solución que desde la corriente conductista puede estimular la creatividad es la implementación del aprendizaje observacional para que incite a las personas a generar respuestas únicas; con esto se busca aprovechar lo hecho por los demás y advertir que es posible realizar elaboraciones distintas y no sólo replicar lo que existe.

En el caso de la educación, la estimulación de la creatividad a partir de la observación se debe hacer de manera intencionada, es decir, planificar escenarios en los que los alumnos observen las distintas formas en que se han resuelto los mismos problemas e incluso las maneras en las que se han realizado nuevos planteamientos. Para lograrlo, es importante que los profesionales de la educación estén enterados de la importancia potencial que representa el aprender de las acciones de los otros, así como de las consecuencias (agradables o desagradables) de dichos actos.

De esta manera, la educación creativa vista desde el conductismo, se refiere a la búsqueda de respuestas que generen soluciones nuevas, auténticas e inéditas, y no automatizadas, mecánicas o repetitivas. Para ello, es menester buscar los estímulos adecuados que provoquen la exploración

constante de nuevas explicaciones, nuevas conductas y comportamientos que tengan como finalidad la modificación positiva del entorno en el que se vive.

Pensado de esta forma, es posible estimular la creatividad a partir de los condicionamientos clásico, operante y observacional, recuperando la idea de que los estímulos no sucederán por sí solos, debe haber una persona que con pleno conocimiento en intención, organice un ambiente estimulante que provoque respuestas creativas.

2.5 LA CIBERNÉTICA Y LA CREATIVIDAD

La cibernética es un estudio multidisciplinario que se encarga de la estructura de los sistemas. A grandes rasgos, se ha relacionado este modelo con la idea de diseñar conexiones neuronales en las máquinas, desde lo que se conoce como autómatas hasta robots sofisticados diseñados para tener conversaciones, expresiones humanas o realizar actividades cotidianas como servir café o jugar fútbol (Cossa, 1963).

El modelo cibernético tiene aplicaciones en diferentes áreas, entre las que se encuentran las aplicaciones tecnológicas, las científicas y las artísticas. Es interesante saber cómo se produce la energía de las casetas de boletos en el metro de Japón, desde todas las estaciones tanto de metro como de trenes tienen este tipo de máquinas que funcionan gracias a la constante caminata de las personas al entrar y salir de la estación. No utilizan energía eléctrica, sino que se sostienen de la energía de las mismas personas que transitan por las estaciones todos los días.

Los estudios en las áreas neurocientíficas eran poco probables hace un siglo, puesto que ni la medicina ni la psicología contaban con la tecnología ni los descubrimientos científicos que les llevaran observar los diferentes funcionamientos que se producen en el cerebro al realizar distintas actividades cotidianas, tales como leer, tener emociones, jugar videojuegos e incluso detectar enfermedades entre otras acciones médicas.

El modelo cibernético de la creatividad cuenta con cinco elementos. El primero de ellos consiste en la información novedosa; se refiere a cuando revisamos las actualizaciones y nos nutrimos de las noticias o de los experimentos y descubrimientos actuales, así como de la producción que realizamos en lo personal, según el área en que trabajamos (ciencias duras,

humanísticas, de la salud, computacional, comunitaria, artística, contabilidad). La información novedosa aporta al desarrollo de la creatividad. Ejemplo de ello ocurre cuando un sujeto busca información teórica sobre algún campo de conocimiento o investigaciones que se han realizado últimamente sobre el mismo tema pero en otros lugares, en los ámbitos internacional, regional (en este caso de Latinoamérica), nacional y local, con el fin de saber si lo que quiere investigar o la propuesta que está realizando no la ha hecho ya alguien más en el pasado.

El segundo elemento de este modelo tiene que ver con el carácter valioso de la creatividad. Se refiere a la libertad para elegir las alternativas, puesto que todo método de trabajo es procesual y va marcando sus caminos. Ya mencionaba Morin (2006) que cada investigador, es decir, cada sujeto creativo, es capaz de ir eligiendo de manera libre las técnicas y elementos que aportarán a sus proyectos.

Como cantó Joan Manuel Serrat “caminante no hay camino, se hace camino al andar”; lo mismo aplica para cualquier tipo de proyecto. Se entiende, pues, que ya hay métodos preestablecidos por ciertos sistemas, los cuales admiten la creatividad, la libertad para encontrar problemáticas y no sólo solucionarlas, sino elegir entre los diferentes métodos existentes y también los innovadores. Esta libertad es el punto clave de diseñar cada uno su método.

En tercer lugar tenemos un mecanismo aparentemente contradictorio, puesto que se trata del control optimizante del flujo informativo; sin embargo, no se trata de un proceso que obstaculice el proceso creativo por el hecho de controlar la información. Por el contrario, se trata de que la creciente creativa se produzca de manera insuperable para así aprovecharla no sólo como nivel básico de creatividad, sino uno trascendente.

La información puede proceder de diferentes lugares. Por ejemplo, de los valores más importantes para el sujeto, entre los que se encuentran los cognoscitivos, afectivos y conductuales. De igual manera se presenta en diferentes paralelismos, puede ser adaptativo, para la retroalimentación; proyectiva, es decir, de la conciencia humana, al tiempo que introyectivo.

Asimismo, en el modelo cibernético de la creatividad contamos con la integración estructural-funcional en un sistema abierto, que corresponde con sistemas de equilibración en conexión con otros con los que pueda realizarse un proceso de regulación y hasta de autorregulación. Se refiere

a un mundo que esté en constante interrelación de manera abierta; es decir, haciendo conexiones originales, de nueva creación.

Por ejemplo, realizar un ejercicio en el que se proponga un tema en particular y dos líneas de aplicación, una que hable de las diferentes áreas y otra que se enfoque a los valores importantes del tema. El objeto es unirlos y hacer conclusiones que de otra manera no hubieran resultado, sino que se han encontrado en el camino de la solución de problemas mediante este ejercicio de autorregulación.

Por último, la originalidad y el personalismo de la acción y de su resultado, consiste en la asociación de las propuestas originales del sujeto en las que la personalidad juega un papel primordial. A ello se suma la cultura a la que éste pertenece. Todo esto, como se ha explicado anteriormente, se integra mediante un sistema abierto de información fluida y con flexibilidad que le permita transformarse y adecuarse a las necesidades.

El impulso creativo en el modelo cibernético de la creatividad tiene tres pasos principales, que posteriormente pueden derivar en otros más según se vayan desarrollando, el primero es la capacitación de la variabilidad y la diversidad informativa (el flujo de información, tanto de integración como de producción), el segundo es la discriminación del factor diferencial, novedoso, utilizable de dicha información (relación de la información personal con la influencia social) y por último la elaboración, incluyendo control-optimizante, integración estructural-funcional, de nueva información (resultado del producto creativo).

2.6 EL HUMANISMO Y LA CREATIVIDAD

Tengo la impresión de que el concepto de creatividad y el de persona sana, autorrealizadora y plenamente humana están cada vez más cerca el uno del otro y quizá resulten ser lo mismo.

ABRAHAM H. MASLOW

Puede afirmarse que la creatividad ha existido desde siempre si nos remitimos a perspectiva de la naturaleza humana. La creatividad implica una serie de factores y realidades externas al individuo; sin embargo; sin la participación de la persona es imposible que se dé el acto creativo. Es el

ser humano la fuente de todo acto creativo; por tanto, desde ese punto de vista, podemos considerar que la creatividad existe desde que existe la humanidad.

El hombre tiene en su interior una fuente inagotable de ingenio y creatividad, es suya y le pertenece; sin embargo, no la reconoce como propia. Le es ajena, extraña, desconocida. Se cree estar en lo cierto al afirmar que la creatividad es ajena al común de la gente, generalmente se aloja en otros seres humanos a los que sus talentos los han elevado a la categoría de “creativos”. Pero no existe creencia más falsa, pues es un atributo del hombre el don de ser creativo. Lo que se requiere es un motivo instaurado en la mente de la persona para crear y desarrollar cosas que nunca imaginó. Generalmente se piensa que las personas creativas nacieron con ese don o simplemente tuvieron una educación en una escuela a la que únicamente podían ingresar alumnos cuyas posibilidades económicas o potencial creador justificaba su estancia.

Como parte del movimiento psicológico que surge con el intento de construir una teoría lo más completa posible acerca del comportamiento humano, encontramos la psicología de la tercera fuerza, como también se le conoce a la corriente humanista, después de que las dominantes en su momento (psicoanálisis y conductismo), no explicaban, desde la perspectiva de los psicólogos estadounidenses, principalmente Carl Rogers y Abraham Maslow, lo que sucedía en la persona en términos de sus conductas positivas.

El enfoque que plantea esta corriente está centrado en la persona, por lo que retoma los aspectos positivos del psicoanálisis y considera que el individuo es bueno por naturaleza. Es el medio en el que se desenvuelve el que podría desencadenar los elementos para que actúe en forma negativa. Esta propuesta establece los siguientes postulados básicos sobre el hombre:

1. Es más que la suma de sus partes.
2. Lleva a cabo su existencia en un contexto humano.
3. Es consciente.
4. Tiene capacidad de elección.
5. Es intencional en sus propósitos, sus experiencias valorativas, su creatividad y la comprensión de significados.

Estos representantes del humanismo orientan sus teorías a explicar por qué el ser humano actúa de ciertas formas. En este sentido, Carl Rogers resalta el área afectiva de la persona que acude a terapia, siendo ésta no dirigida por el terapeuta, sino por el cliente en un proceso de autodescubrimiento. Esto sería posible a través de un proceso empático, en el que el terapeuta acompaña al cliente y le hace sentir que no está solo. En este proceso empático es importante no sólo que el terapeuta sienta lo que el cliente, sino que se lo haga saber, que sea capaz de transmitir su sentir. Eso es lo que corresponde al proceso empático.

De lograrse este el proceso en el que el cliente sabe que hay un interés en lo que le sucede, se propiciará un clima de aceptación y confianza que conllevará a una actualización por parte del propio cliente. Rogers señala la importancia de que esto suceda, ya que ve en cada individuo la potencialidad de conocerse y comprenderse a sí mismo, aunque dichos potenciales frecuentemente necesitan de un soporte (en este caso el terapeuta) para poder ser liberados.

Rogers pudo percibir que la educación tradicional, con sus reglas e imposiciones, limita la creatividad del estudiante, pues se le dice cómo debe pensar y sentir. Considera que el docente debe de confiar en las capacidades de sus alumnos de aprender y “saber” que desean aprender, creando un clima de aceptación y confianza en el aula; como efecto de esta aceptación incondicional, el alumno logrará desarrollar su autoconfianza y sus potencialidades.

Por su parte, Abraham Harold Maslow nace en Brooklyn, Nueva York, y es conocido como uno de los fundadores y principales exponentes de la psicología humanista. En su obra *La personalidad creadora*, dedica la parte cuatro exclusivamente a hablar de creatividad. Allí expone que la creatividad y la autorrealización pueden ser lo mismo, que incluso probablemente la creatividad forme personas sanas, personas mejores. Argumenta que la educación a través del arte es una educación en potencia, a la que se le debe conferir mayor importancia, y que no se debería ver a las asignaturas que se dedican a ello como un relleno en el currículum.

Señala que, debido a la rapidez con que cambia el mundo en la actualidad, se requiere de un nuevo tipo de ser humano, uno que pueda transformarse para no paralizar al mundo, lo cual implica un ser creativo. En dicho proceso distingue dos tipos de creatividad: la primaria o fase de inspiración de la creatividad, en la que llegan las ideas, las motivaciones

y las buenas intenciones de llevar a cabo proyectos que transformen una realidad, y la creatividad secundaria, definida como el simple trabajo arduo, los productos reales, la fase que se apoya en obstinación, en paciencia y laboriosidad. Argumenta de manera enfática que a la mayoría de las personas se nos presenta la fase primaria, pero eso no es lo importante, sino concretar los proyectos en objetos tangibles, que puedan ser valorados.

Señala Maslow que no le interesa estudiar la creatividad a partir de una muestra de científicos, aun cuando hayan creado algo, sino a partir de las creaciones de las personas que puedan catalogarse de ordinarias, quienes emprenden acciones creativas partiendo de la modificación de formas ya establecidas de hacer o actuar sobre las cosas.

Asimismo, menciona que hablar de creaciones desde el punto de vista de los sujetos implica *perderse en el presente*, lo que pareciera ser una condición sin la cual no se produce el acto creativo. Para lograr esta condición de fascinación basta con fijar la atención en cualquier cosa que sea lo suficientemente interesante para dirigir las motivaciones y actos hacia ello. En ese sentido, enmarca las características propias del estado de creación en el que se encuentran las personas durante la fase de la creatividad secundaria:

- Renunciar al pasado: en la medida en que lo digerido es ahora parte de mí y no lo era antes.
- Renunciar al futuro: no minimizar la importancia del presente, sino que es ya parte de nosotros mismos.
- Inocencia: parece que somos más inocentes si no nos sujetamos a modas, tendencias y dogmas.
- Reducción de la conciencia: en los momentos en los que nos quitamos las máscaras somos más libres, de forma que actuamos sin pensar en el otro.
- Pérdida del ego: menor propensión a autoobservarnos de manera crítica
- La fuerza inhibitoria de la conciencia: los miedos, dudas e inquietudes, muchas veces disminuyen la espontaneidad y creatividad.
- Los temores desaparecen: aumenta la valentía y la confianza.
- Disminución de las defensas e inhibiciones: disminuyen los mecanismos de defensa y aquello que controla los impulsos.

- Fortaleza y coraje: implica la obstinación.
- Aceptación: aceptar en lugar de rechazar, desaprobar o escoger selectivamente.
- Confiar frente a intentar, controlar, esforzarse: confianza en la capacidad de improvisación al enfrentarse a novedades futuras.
- Receptividad taoísta: dejar que las cosas pasen, pero tomarlas con la seriedad debida.
- Integración del conocedor B (frente a la disociación): el acto creativo está integrado a la persona, es una cualidad total.
- Permiso para sumergirse en el proceso primario: implica no ser del todo analíticos, racionales o numéricos, para permitir el acceso a las memorias primarias, poéticas, metafóricas.
- Percepción estética en lugar de abstracción: dejar de lado las reglas que le atribuyen mayor o menor importancia a las cosas y saborear todo por igual.
- Máxima espontaneidad: estar concentrados al máximo en el proceso creador que tenemos en mente implica rendir al máximo.
- Máxima expresividad: implica la expresión sincera de lo que el organismo experimenta en términos de sentimientos, emociones e inspiraciones.
- Fusión de la persona con el mundo: todo lo anteriormente expuesto conduce a que la persona creadora se fusione con el mundo en el que vive, condición sin la cual no se puede concebir la creatividad.

Maslow plantea un cuestionamiento interesante, relacionado con los momentos en los que la creatividad no es deseable. Con base en lo planteado hasta el momento, pareciera un planteamiento sin sentido o que de acuerdo con las perspectivas analizadas está fuera de los objetivos que la propia teoría perseguiría, sin embargo, se puede decir que en ocasiones la creatividad resulta peligrosa, problemática y desordenada. Es preciso señalar entonces que existen ciertas áreas en las que conviene ser pulcro, ordenado, seguir los métodos al pie de la letra, sin intentar realizar cambios de último momento porque la persona haya sufrido algún “ataque de creatividad”, sobre todo en aquellas disciplinas en las que la diferencia entre la vida y la muerte radica en el seguimiento preciso de una serie de pasos previamente establecidos y ensayados.

La corriente humanista, entonces, plantea una perspectiva distinta de la creatividad, según la cual la persona es el centro del acto creativo y es necesario el autoconocimiento para poder distinguir entre lo que le resulta interesante, inquietante o apasionante. Ser creativo implica darse cuenta de aquellas potencialidades que se poseen para llegar a construir producciones tangibles que transformen el mundo en el que se vive.

2.7 COGNITIVISMO Y CREATIVIDAD

La creatividad constituye la forma final del juego simbólico de los niños, cuando éste es asimilado en su pensamiento.

JEAN PIAGET

Remitirse a la teoría cognitiva en psicología implica necesariamente volver la mirada a Jean William Fritz Piaget, quien, debido a su formación inicial y profesional como biólogo, desarrolla una vasta teoría acerca del desarrollo evolutivo presente en las personas desde la infancia hasta la adolescencia.

La base de su teoría establece que existen diferencias notables entre el pensamiento infantil y el adulto. Este último, luego de algunos años de desarrollo alcanza el dominio de unas herramientas intelectuales que no están presentes o al menos no desarrolladas en el primero.

Conviene retomar parte de la teoría de Piaget para posteriormente revisar el punto de convergencia que tiene con la creatividad. Para fines expositivos, se analizan sus componentes estructural, funcional y secuencial.

2.7.1 *Componente estructural*

Cabe señalar que desde la teoría piagetiana, la inteligencia es la manera como la persona interactúa con su entorno inmediato; ésta depende de lo que el individuo es capaz de ejecutar, en función de lo que Piaget denominó *esquemas*, los cuales tienen naturaleza distinta que no se puede observar, ya que es una estructura psicológica y no física. Estos esquemas son

creados por el individuo para organizar las representaciones, sus experiencias, por lo tanto, se van multiplicando y complejizando conforme avanza la edad cronológica.

Distingue Piaget tres tipos de esquemas: los de acción, los simbólicos y los operatorios. Respecto a los primeros, son entendidos como aquellos patrones de comportamiento que se utilizan para representar y dar respuesta motriz a las experiencias, como aprender a moverse, caminar, saltar, correr, jugar algún deporte; los segundos tienen que ver con las imágenes mentales y códigos verbales que promueven la representación de diversos aspectos de la experiencia, a saber, las letras del alfabeto, el reconocimiento facial de diversas expresiones emocionales, las imágenes o logotipos relacionados con marcas comerciales, la señalización vial, entre otras; el tercer tipo de esquema se refiere a los procedimientos mentales que el individuo ejecuta para llegar a conclusiones o establecer relaciones lógicas, por ejemplo la combinación de palabras para formar ideas, inferir resultados a partir de datos presentes, elaborar operaciones matemáticas a partir del razonamiento, etcétera.

Entonces, según Piaget, la estructura del pensamiento se da a partir de esquemas, entendidos como estructuras cognitivas que permiten el reconocimiento, comprensión, explicación e interacción con el mundo.

2.7.2 Componente funcional

Derivado de su formación en el área de la biología, analoga qué sucede en los organismos que cohabitan y funcionan de acuerdo con reglas naturales de preservación de la vida. De la misma manera en la que las manadas de animales deben adaptarse a las condiciones cambiantes de clima, población, alimento disponible, etcétera, los individuos conocen su entorno. Para explicarlo, Piaget distingue dos funciones generales: organización y adaptación.

La organización tiene que ver con la forma en que están interconectadas las estructuras cognitivas, por lo que al obtener un conocimiento nuevo, éste deberá ensamblarse de manera correcta en los que existían previamente. Por su parte, el acomodo tiene lugar cuando la información que se obtiene es muy diferente o compleja, distinta a la que se tiene en las estructuras previas; en este caso es posible distinguir dos subprocesos: la asimilación, que tiene que ver con la acción del sujeto sobre el medio, es decir,

modificar el medio para poder incorporarlo a las estructuras propias de manera real o simbólica; y la acomodación: modificación del sujeto conforme a las exigencias del medio, lo que le coloca en un estado de conocimiento superior y que en definitiva contribuye a su adaptación.

En ese sentido, se entiende que la información que forma parte del conocimiento de la persona, no es una copia fiel de la realidad, no es un video o una imagen a la que se puede recurrir y observar las veces que se desee, sino que es una representación que está cargada de las modificaciones necesarias para incorporarla al entendimiento, a la organización previamente existente. En términos cotidianos, estas dos funciones generales producen pequeños cambios, muchos de ellos imperceptibles, pero que van dotando al individuo de nuevas potencialidades y de una capacidad de adaptación. Cabe mencionar que el desarrollo que naturalmente se da en el individuo (físico y madurativo), da paso a la formación de nuevas estructuras que le colocarán en un estadio de desarrollo superior.

Hay que enfatizar que los procesos se dan en función la capacidad del organismo para interactuar con el medio y que son principalmente cuatro los factores que intervienen en el desarrollo intelectual: los procesos madurativos, la experiencia adquirida, interacción entre el organismo y el medio y la equilibración o autorregulación.

2.7.3 Componente secuencial

Una de las principales razones por la que es conocida la obra de Piaget es precisamente por este aspecto, que describe los estadios o etapas en los que el individuo va adquiriendo una serie de características y funciones intelectuales que le permiten interactuar de manera cada vez más compleja con el medio. Son tres estadios o periodos generales:

El sensoriomotor, que por lo regular sucede durante los dos primeros años de vida. Se caracteriza por la simplicidad de los reflejos del niño, ya que ellos se limitan a la exploración del mundo a través de las personas y los objetos.

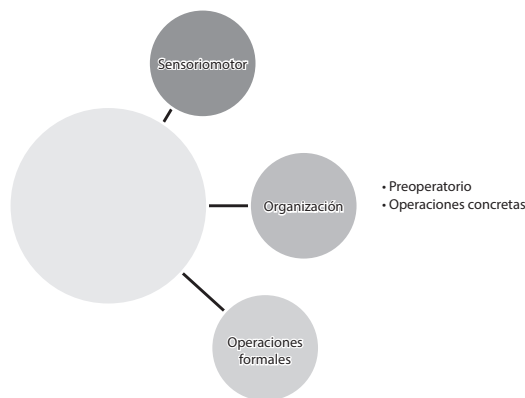
Periodo de organización y preparación de las operaciones concretas. Éste se subdivide en dos subperiodos: el preoperatorio (entre los 2 y 6 años) cuando el niño comienza a hacer uso de símbolos como el lenguaje, aunque carece de la capacidad de resolver problemas, y el de operaciones concre-

tas (entre los 7 y 11 años), el niño es capaz de realizar operaciones mentales y resolver problemas lógicos.

Periodo de las operaciones formales, que comienza aproximadamente a partir de los 12 años hasta la edad adulta, y se caracteriza por incluir las capacidades de grado de abstracción mayor. Se es capaz, por ejemplo, de comprender y resolver problemas que implican la lógica matemática, de usar símbolos con una doble connotación (son literales pero a la vez representan números), de considerar diversas formas de solución, así como de tener un desarrollo de la moral que implica pensar en las consecuencias que traerá para sí mismo y para los otros las decisiones que se tomen en la resolución de problemas.

Es preciso señalar, respecto a los estadios que, *a*) hay orden de sucesión determinado no por la edad sino por las características que cada estadio incluye, y puede ser adquirido por las experiencias que el sujeto tiene; *b*) cada estadio tiene una estructura de conjunto; *c*) cada estadio incorpora las características del estadio anterior; *d*) en cada estadio hay una fase de preparación y una de consumación.

IMAGEN 7. Componente secuencial de Jean Piaget.



FUENTE: Elaboración propia

Por último, respecto al componente secuencial, se debe mencionar que el desarrollo cognitivo se da horizontal y verticalmente. El plano horizontal se refiere a las diferencias que existen entre los sujetos que están en el mismo estadio, mientras que el vertical hace referencia a la secuencia de cambios que se producen en cada individuo.

A partir de los aportes de Piaget, surgen cuantiosos estudios en el área cognitiva que intentan explicar cómo es que se produce el conocimiento en las personas. Existe, por ejemplo, la versión que análoga los procesos cognitivos a los de un ordenador, en el que los sentidos serían como los dispositivos de entrada, y las acciones o respuestas como los dispositivos de salida, mientras que el procesamiento de la información serían los razonamientos o elaboraciones mentales que realiza el individuo. Ahora, ¿cómo es vista la creatividad desde este paradigma?

Pues bien, si Piaget ha hecho énfasis en la importancia del ambiente como uno de los factores primordiales en el desarrollo cognitivo, resulta interesante considerar el impacto que tiene en el desarrollo de la creatividad.

Una de las condiciones necesarias para que el proceso creativo suceda es la disposición de un espacio y tiempo en los que se puedan desarrollar las capacidades creadoras. Chibas, citado por Laime (2013), señala algunas sugerencias para fomentar la creatividad a partir de un ambiente estimulador.

- Permitir a las personas que busquen nuevas soluciones a los problemas y no castigar o censurar aquellas búsquedas que no los resuelvan; lo importante es animarlos a que piensen en alternativas.
- Mantenerse abiertos a las formas de pensamiento que puedan llegar a presentarse, así puede darse un equilibrio entre pensamiento creativo y pensamiento crítico.
- Promover el autocontrol acerca de lo que se tiene que hacer y cómo.
- Apoyar el aprendizaje y la aplicación de soluciones creativas a problemas técnicos específicos.
- Otorgar la cantidad de tiempo suficiente para la realización de las tareas.
- Contribuir al establecimiento de un clima de confianza, respeto y retroalimentación de las tareas que se realicen.
- Fomentar el reto individual, en el que la persona se plantea metas para la solución de problemas cada vez más complejos.
- Respetar las necesidades de los individuos y los grupos.
- Tolerar el desorden y reconocer que la producción creativa requiere flexibilidad en ciertos periodos de tiempo.

- Crear un ambiente de respeto y aceptación entre los miembros de un grupo.
- Entender que una misma tarea puede tener distintos significados para las diferentes personas.

Resulta evidente que la teoría cognitiva, en el estudio de los procesos mentales y de su función en la producción o generación del conocimiento, da cuenta de cómo se puede cultivar la creatividad. Entendamos que los planteamientos de Piaget resultan una base importante en la concepción de cómo se genera el conocimiento, lo que permite describir algunas recomendaciones generales para ayudar a estimular la creatividad como un proceso productivo, el cual tiene como objeto mejorar las condiciones en las que se encuentra el entorno en el que se vive.

2.8 MODELO TRANSACCIONAL Y CREATIVIDAD

La innovación no va ligada a la perfección. Innova y lanza, después tu entorno te ayudará a perfeccionar.

BERNARDO HERNÁNDEZ

Una transacción, en la disciplina científica de la psicología, hace referencia a un intercambio de estímulos varios, ya sean internos (los del hambre, el sueño, la sed, el peligro, el dolor orgánico) o externos (los que se encuentran en el medio ambiente, caracterizados por intensidad, contraste, tamaño y movimiento, como el clima, y que pueden ser condicionados, incondicionados, sensoriales o motivacionales), así como las respuestas del organismo que la persona manifiesta en sí. Estas transacciones, y según el nivel social o psicológico en las que se manifiestan, pueden llegar a ser simples o complejas. Dentro de los diversos modelos transaccionales se puede encontrar el del estrés, en el que se considera el confrontamiento como proceso mediado por los factores personales, del contexto y del ambiente, así como por la interacción de éstos, pero muy importante también es el valor que el ser humano tiene de los mismos. Esto se observa cuando un individuo puede determinar los efectos de sus acciones en alguna si-

tuación, en donde evalúa los acontecimientos y afronta las consecuencias (Lazarus y Fokman, citados en Reynoso Erazo y Seligson Nisenbaum, 2002).

Un modelo transaccional, cualquiera que éste sea, implica un proceso que no tiene propiamente un principio ni mucho menos un fin, y que siempre pasa por cambios dinámicos y recíprocos; por ejemplo, el modelo transaccional introducido por Ross ya en 1978, que refiere a la comunicación de un modo funcional en el que se clasifica, selecciona y comparte cognoscitivamente símbolos, lo cual permite que la comunicación pueda ser entendida y retroalimentada por un interlocutor (Polaino Lorente y Martínez Cano, 2002).

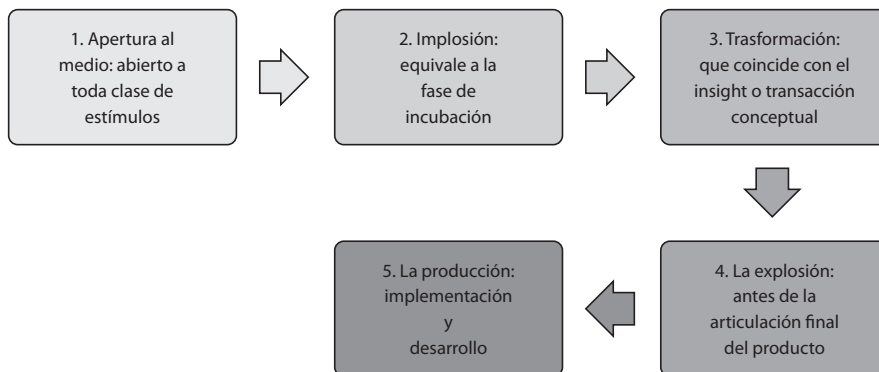
Otro modelo es el transaccional de intervención de atención temprana, del que Mondragón *et al.* (2006) explican que:

- a) Se basa en la capacidad de respuesta social del ambiente y en la naturaleza interactiva del intercambio niño-medio ambiente.
- b) Se basa en la naturaleza interactiva del intercambio niño-familia.
- c) Trata de explicar cómo las influencias ecológicas afectan a las reacciones ante el nacimiento y la crianza de un niño con problemas.
- d) Describe las propiedades de las unidades sociales y las relaciones entre éstas (p. 234).

Una vez familiarizados con lo que es un modelo transaccional y alguno de los varios modelos transaccionales que existen, es momento de definir qué es un modelo transaccional y mencionar su estrecha y pertinente relación con la creatividad. Marín y de la Torre (2000) establece que este tipo de modelo representa la interacción que tiene la persona con los estímulos externos que le llegan. Para este autor, “somos personas creativas, no tanto por el propio desarrollo de potencialidades genéticas o innatas, cuanto por el modo peculiar de entender nuestra realización a partir del medio” (p. 152). Entonces, es la transacción, la relación entre estímulos internos y externos, la influencia del medio para nuestra creatividad, y de igual manera, nuestra persona y nuestro potencial creativo aportan al medio para transformarlo en un medio creativo, en movimiento, en un elemento no estático, innovador y siempre propositivo. Las fuerzas transformadoras en la interacción entre persona y medio tiene niveles y formas como se muestra en la imagen 8.

La transacción, considerada origen de la creatividad, comprende situaciones relacionadas con lo biológico y perceptivo, así como con lo psicológico y experiencial. El ser humano debe modificar su entorno, su comportamiento. De la Torre cita la definición de Taylor sobre creatividad, que a la letra dice: “La creatividad es un *proceso*, facilitado por la *estimulación ambiental*, implicando a la *persona* motivada transaccionalmente para transformar *problemas* genéricos o básicos en *resultados* o productos generativos.” Marín Sánchez, M. y Troyano Rodríguez, Y. (2012). *Psicología social de los procesos grupales*. Madrid: Pirámide. Asimismo, al entender la creatividad como una percepción transaccional se enfatiza la motivación personal, en donde más que la solución a los problemas, y antes que éstos, se trata de reorganizar el medio desde el modelo en mención. De igual manera se considera importante tanto a la persona como sustrato fundamental de la creatividad, como al proceso, el medio creativo y el producto. Dicho proceso se describe en la imagen 9.

CUADRO 17. La manifestación de fuerza transformadora

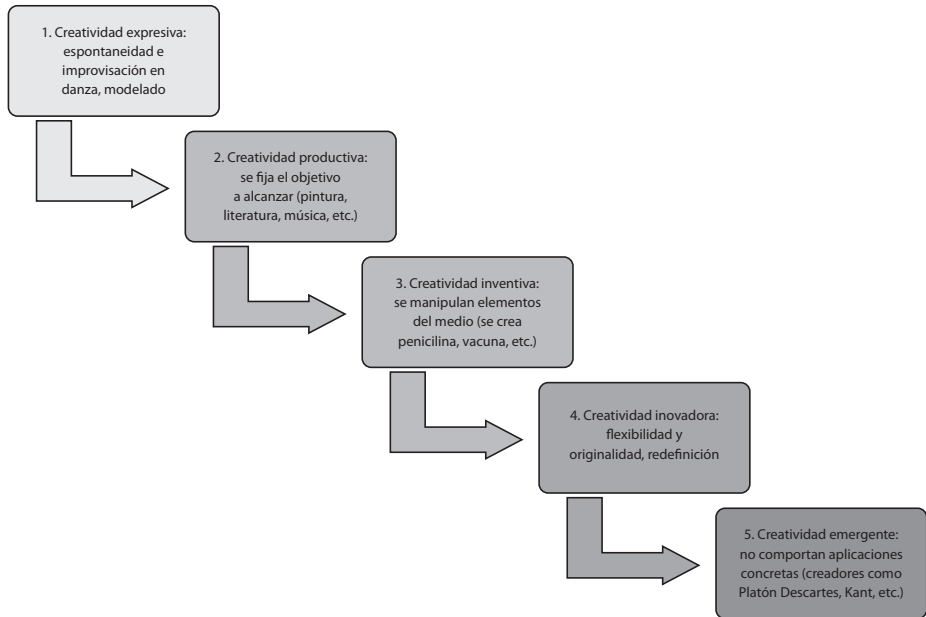


FUENTE: Elaboración propia

Por último, De la Torre (2000) habla de los niveles de creatividad y de su aplicación escolar, y hace referencia a las formas o niveles de creatividad como resultado del grado de transformación o alteración del medio. Establece que “la comunicación espontánea, la producción valiosa, los inventos o descubrimientos, las innovaciones en las ciencias y las artes, la transformación germinal y revolucionaria son grados en que se manifiesta la crea-

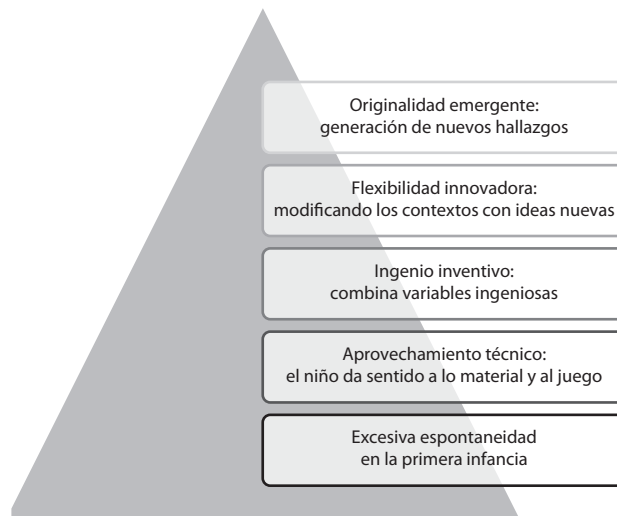
tividad” (p. 156). Diseña una serie de niveles en los que se manifiesta la creatividad, ilustrados en la imagen 10.

IMAGEN 10. Niveles de creatividad y su aplicación escolar.



FUENTE: Elaboración propia

IMAGEN 8. La manifestación de fuerzas transformadoras.



FUENTE: Elaboración propia

CAPÍTULO 3. CREATIVIDAD Y CULTURA

El azar no favorece más que a los espíritus preparados.

LOUIS PASTEUR

3.1 LA CONSTRUCCIÓN DE LA CULTURA

La construcción de la cultura se define como el periodo en el que un individuo, miembro de una sociedad, obtiene la información general de la misma, como si estuviera coordinado por el progreso de su propia organización implícita. Dicha información está repleta de tradiciones, creencias, valores y otras maneras de relacionarse en determinado grupo social, formado en un inicio por personas que pertenecen al mismo territorio geográfico y a un mismo espacio temporal (Warren, 2013).

La cultura es un aprendizaje social. Ciertas costumbres se van transmitiendo de persona a persona según se relacionan en el mismo grupo; si uno sale de ese territorio, entonces obtiene información alterna, con la cual enriquece y ayuda a acrecentar al conjunto al que se pertenece de inicio. A veces son costumbres tan alejadas de aquello a lo que estamos acostumbrados que nos sorprenden o hasta las desaprobamos, solamente por pensar de manera diferente, apelar a las condiciones biológicas (Lindgren, 1980).

Entonces, si la cultura es un aprendizaje social con el que hemos estado evolucionando con el paso del tiempo sin organización programada, quiere decir que también puede enseñarse. Por lo tanto, nos podemos proponer educar en una cultura para algo, por ejemplo, para formar hábitos nuevos en el grupo social al que pertenecemos. Esto quiere decir que si una actividad nueva es agradable a la sociedad, por influencia se convertirá en parte de su conocimiento. Es así como se van adoptando las costumbres ajenas, nos unificamos como mundo y podemos hacer la vida más llevadera.

Por ejemplo, se sabe que en algunas ciudades primer mundistas las personas hacen fila para abordar los medios de transporte como el metro, lo cual permite el paso libre a las personas que van a bajar del vehículo, mientras que en México, de manera egoísta se busca lograr al objetivo, sea bajar o subir del medio de transporte, lo cual promueve el caos, peleas y

genera el desorden. Por tal motivo, personas con responsabilidad cívica aplicaron experimentos para formar a las personas en líneas y replicar las normas de otros países. Funcionó tan bien que en algunas estaciones del metro de la Ciudad de México se está aplicando esta iniciativa, no se trata entonces de ser más o menos inteligentes, sino de formar una cultura por el bien de todos.

Entonces, como ya lo comentamos, la cultura se constituye de valores, creencias, pensamientos y conductas para formar filosofías de vida. La altura evoluciona para influir en el cambio social, para formular sistemas políticos y hasta religiones, de esta manera vamos juntando información que es reflejo de la historia, la sociedad y la personalidad, a eso habrá que sumar los gustos personales con el fin de que el grupo sobreviva (Díaz, 2015).

No hay cultura sin sociedad ni sociedad sin cultura, ya que ésta es también formadora de ideologías pues el medio en el que se desenvuelven las personas da pauta a formas de pensar determinadas e influenciadas por los antecesores, que a su vez originará y dirigirá las maneras de pensar de las sociedades del futuro. En síntesis, la cultura nos diferencia al tiempo que nos enriquece (Puga, Peschard y Castro, 2015).

La cultura actúa como un filtro protector de los estímulos del ambiente; no se trata de que nos haga diferentes e intolerantes, sino que ayuda, a la manera de un mecanismo de defensa a poder percibir de manera digerible aquello a lo que no estamos acostumbrados, pero que para otros no es nada más que vida cotidiana, costumbres que nos han llevado a formar civilizaciones (Lindgren, 1980 y Díaz, 2015).

Cuando el hombre fue capaz de cultivar la tierra para producir su alimento, se estableció en un lugar determinado y comenzó así su modalidad sedentaria, también empezó a formarse una cultura. Dio inicio a la civilización y se establecieron formas de relacionarse, reglas de convivencia y otras actitudes que con los años dieron origen a lo que hoy conocemos como costumbres.

Al cortar con materias primas, el hombre ha sido capaz de usarlas y ha sabido transmitir a otros su uso para su propio bienestar. Algunas culturas respetan el origen de los materiales fabricando objetos que no dañen al medio ambiente o que puedan reutilizarse. Otras, digamos que no han tenido la empatía suficiente de solventar sus necesidades sin perjudicar a la naturaleza.

Si la cultura se forma a partir de influencias, puede aprenderse y transmitirse como educación informal y así producir cambios sociales de acuerdo a los valores, costumbres y creencias, según el lugar y en determinado momento. No es fácil proponer una cultura nueva, ya que para que se forme, las personas que componen el grupo social deben estar de acuerdo con ello. En muchas ocasiones sucede de manera involuntaria.

Como aseveró alguna vez Mateo Morrison, “lo que no es naturaleza, es cultura”. Tenemos un sinfín de pruebas de que el hombre ha sido autor de muchos productos creativos, bellezas arquitectónicas que sobreviven desde tiempos inmemoriales hasta aquéllas sin las que no concebiríamos nuestra rutina, es decir, los productos de la tecnología o aquellos que le dan estética a nuestros alrededores (Rodríguez, 1997).

Asimismo, Levi-Strauss argumenta que todo aquello que es espontáneo, lo que se da por instinto, por deseo y no tiene que planificarse ni ajustes a ningún tipo de lineamientos denominamos “natural”, mientras que los comportamientos normados o que están sujetos a organizaciones e instituciones son aquellos que originan una cultura o una civilización (Puga, Peschard y Castro, 2015).

Muchas de esas normas que regulan los comportamientos no están escritos o legislados como tal, es decir, si se incumplen en realidad no pasa nada, nada hasta donde la cultura lo permita. Por ejemplo, en ningún lugar está legislado para los hombres utilizar traje y corbata en un evento formal, pero si no se hace, cultural o socialmente se castiga con el desagrado (Puga, Peschard y Castro, 2015).

Conforme el hombre evolucionó y se expandió por el planeta, fue poniendo reglas que luego desembocaron en civilización. Uno de los aspectos positivos de la humanidad ha sido las artes, tanto para la evolución de la especie como para dejar testimonio de ella y de las actividades que han estado en boga en cada etapa de la historia del hombre (Reeves, 2001).

La formación de civilizaciones ha sido producto de la reglamentación del comportamiento de las personas, de los miembros de los grupos sociales para conseguir una agradable convivencia o por lo menos hacer llevadera la rutina; por ejemplo, todos estamos de acuerdo en que, para llevarnos bien, no debemos tomar los objetos que no nos pertenecen, y en que no tenemos que ser amigos para respetar nuestras pertenencias.

Si de repente sucediera una catástrofe que nos obligara a vivir en un mundo apocalíptico yuviéramos que empezar nuevamente la vida huma-

na, una de las acciones que debiéramos tomar en cuenta después de solventar las necesidades básicas, es decir, encontrar comida, agua y poder dormir en un lugar seguro, sería crear nuevas reglas de convivencia que nos permitieran seguir siendo una civilización.

La evolución del hombre nos remonta a la creatividad. No habría sido posible un cambio ascendente de no ser por las ideas innovadoras de algunas personas que proponían nuevas formas de relacionarse o maneras para fabricar herramientas que hicieran más sencilla la vida, esos objetos ahora cotidianos pero novedosos en su momento; entonces, para la evolución del ser humano ha sido inminente el papel de la creatividad (Csikszentmihalyi, 1998).

El impulso de la creatividad nace con la observación de la naturaleza, ante la cual surge la idea de hacerle alguna modificación para facilitar su uso o para ampliar su aplicación no sólo a un caso sino al de la comunidad. Sobra decir que a través de la historia nos hemos visto rodeados de distintos productos que en su momento fueron creativos (Rodríguez, 1997), desde la invención de una cuchara, que actualmente es una herramienta cotidiana, hasta la nueva modalidad de comunicación holográfica para el futuro, posiblemente.

Los estudios neurocientíficos han encontrado que la creatividad ha sido parte del desarrollo de las funciones de la estructura cerebral del lóbulo frontal, en especial del área prefrontal, por lo que desde el surgimiento del *homo sapiens* cabe hablar de creatividad en los homínidos, lo único que hacía falta era que se realizaran estudios al respecto, pues la creatividad se ha dado de manera tan natural que no era fácil detectarla. Además, las noticias de los productos creativos eclipsaban el proceso cognitivo de modo que, de manera involuntaria, se postergó su estudio hasta hace un siglo aproximadamente.

En la actualidad, contamos con un sinnúmero de productos cotidianos que no agradecemos al diseñador inicial. Qué difícil sería nuestra vida cotidiana sin el bolígrafo con tinta incluida, sin la taza para el café, sin los libros impresos, los calendarios para organizar nuestros días o las agendas para enlistar actividades. Todos esos objetos fueron innovadores en algún momento, incluso, apostaríamos a que en algún tiempo hubo alguna mente cerrada que se negó a que alguno de ellos pudiera ser útil o tuviera éxito (Rodríguez, 1997).

Desafortunadamente la historia de la humanidad está repleta de mentes creativas apagadas por personas poderosas que no consideraban necesario las novedades por lo que el avance tal vez se haya estancado. Sin embargo quizá la humanidad no habría llegado a su desarrollo actual sin esos obstáculos que superar, ya que nuestra condición humana es muchas veces conformista; al no tener la necesidad de contrariar la cultura, tal vez aún viviríamos en las cavernas.

Después de haber superado los obstáculos a los que se enfrentó el hombre, entonces tal vez lo único que falte sea mantener el canal de la percepción abierto para conectar con las buenas ideas que abundan en el ambiente, sólo hay que saber tomarlas para darles dirección. En muchas ocasiones podemos sentirnos amenazados si otras personas proponen alguna idea interesante, pero de todos podemos aprender, el proceso de enseñanza y aprendizaje nunca termina (Catmull, 2015).

Entonces, para educarnos en una cultura de creatividad, tal vez lo que haga falta sea rodearnos de personas creativas en un lugar con la suficiente libertad como para permitir formar una cultura que se esté reinventando constantemente, ya que al ser creativa, es innovadora. Esto quiere decir que por poco tiempo se mantendrá como es ahora, después tendrá que cambiar, reinventarse y permitirse a sí misma respetar a quienes quieran continuar con alguna fórmula, a quienes quieran retomar modos antiguos, así como a los que pretendan encontrar nuevos caminos. En cualquiera de los casos se expresaría la creatividad, bajo el supuesto de Heráclito de que “todo cambia, nada permanece”, pues aun cuando se quiera dar una visita al pasado, nunca será lo mismo por la influencia del presente que se tenga.

Comúnmente, cuando terminamos un proyecto o un trabajo cualquiera lo damos por terminado como si de un caso cerrado se tratase, sin darnos cuenta de que esas conclusiones son puntos de partida para nuevos proyectos, incluso para saber que las cosas no se hacen de tal o cual manera y probar con otra estrategia para alcanzar lo que realmente se pretendía. Tal vez todo depende del punto de vista de la persona o del equipo de trabajo a cargo (Catmull, 2015).

Se trata, entonces, de formar bucles, no ciclos cerrados, ya que éstos últimos implican una conclusión, la cual puede provocar el olvido de una idea, mientras que un bucle permite evolucionar el planteamiento gracias a su dinámica en espirales, retomando errores pero adaptándose a nuevas

formas de realizarse a sí mismo; éstos son los puntos que permiten la evolución, mismos que promueve Morin para la educación del nuevo milenio (1999). Esto se muestra en la imagen 12.

En síntesis, para formar una cultura hay que continuar los proyectos y formar otros nuevos, establecer los elementos para que ésta tenga una evolución en espiral y no de involución, aspecto que hay que cuidar porque retroceder también es cambiar. También se deben establecer pautas de enseñanza y aprendizaje en el ambiente para que no sea una cultura impuesta, sino una cultura en formación que no se vea amenazada por las buenas ideas, por el contrario, que las tome como suyas para reinventarse a sí misma cada vez.

Requisitos para construir una cultura:

- Tomar en cuenta la historia, tradiciones y costumbres.
- Percibir el punto de partida.
- Proponer los valores importantes.
- Respetar creencias.
- Ser parte del cambio social.
- Tener influencia social.
- Establecer normas.
- Permitir la evolución en espiral.
- Hacer un ciclo infinito de enseñanza y aprendizaje.

Ahora sí, a construir una nueva cultura.

3.2 CREATIVIDAD Y SUPERVIVENCIA EN LA CULTURA

No digas a la gente cómo hacer las cosas. Cuéntales qué hacer y te sorprenderán con su ingenio

GEORGE SMITH PATTON

El hombre es un ser migrante por naturaleza que adapta o busca cambiar el contexto para cubrir necesidades propias, ya sea necesidades básicas (fisiológicas) o necesidades secundarias. Ha caminado de un lugar a otro por el mundo, incluso existe la posibilidad de que no haya pertenecido a un medio ambiente como tal, sino que lo ha diseñado y llevado a cabo

conforme la civilización avanza hasta extenderse por el planeta, eventualmente. Este le ha permitido definirse a sí mismo y explicar su contexto de generación en generación, y a su vez, lo ha llevado a ser un ente destructivo.

Es un hecho que este mundo tiene un ciclo perfecto hasta que la humanidad lo hace consciente, ya que esa consciencia es la que nos hace levantarnos cada mañana para ir a trabajar, para que nos paguen, para tener una rutina, un itinerario, para comprar cosas que después vamos a desechas, lo cual provoca que se contamine el medio ambiente, con la consecuencia de que los polos se derritan y se produzcan huracanes y tsunamis (Gehlen, 1987). Al hombre no se le dio el pez, se le enseñó a pescar, y ahora está acabando con los ecosistemas para su uso personal y no sólo por supervivencia, sino incluso por banalidades, o peor aún, por diversión. Se ha adueñado de todo espacio de la naturaleza y de todo animal para domesticarlo y obligarlo a hacer lo que él no hace porque no quiere.

Sin embargo, no se puede conceptualizar completamente al hombre sin tomar en cuenta todos y cada uno de sus antecedentes primates. La evolución no ha sido para nada lineal, es decir que al mono le haya sucedido en cuestión de días el hombre, sino que hubo una alteridad por mucho tiempo entre uno y otro por adaptación al medio (clima, suelo, región). A lo largo de este proceso eligieron unos un ambiente y otros uno nuevo, de acuerdo a sus necesidades. Unos desarrollaron el instinto de conservación y supervivencia solamente y un cuerpo que les permitiera trepar árboles, contrarrestar el frío o el calor, mientras que otros desarrollaron sus procesos cerebrales para ampliar el razonamiento; también evolucionarán sus manos, que les permitieron construir herramientas y armas para la sobrevivencia, pues no tenían otra capacidad para mantenerse vivos en el mundo; asimismo, dejamos de estimular los órganos de los sentidos para usarlos de la manera más básica, contrario al proceso que llevan los animales, lo cual nos colocó en relativa desventaja (Gehlen, 1987).

Somos parte de una gran, vasta y complicada cadena de evolución, de hecho, con los datos que se tienen hay un eslabón perdido que no es tan fácil de encontrar, pues en realidad se habla de varias especies que convivieron a la vez, pero de las que no hay vestigios de organización. Continuamente se cruzaban pero no siempre de manera armónica, mas los testimonios con los que se cuenta refieren un equilibrio con el medio y respeto por la naturaleza, ya que aprovechaban todo recurso usado sin desperdiciar más que un mínimo porcentaje. Entendemos, pues, que eran seres ya creativos (Reeves, 2001).

Para sobrevivir en la cultura debemos tener claro a dónde y a qué pertenecemos. Para empezar reflexionemos en torno a la premisa “todos somos uno y uno somos todo”. Llevamos dentro la esencia del universo, nos alimentamos de lo que el planeta nos provee y al morir nutrimos la tierra con nuestro cuerpo para formar nuevamente parte del todo: la vida se ha constituido de pequeñas dosis de universo para devolvérselas con el paso del tiempo (Arakawa, 2016).

Asimismo, debemos saber adaptarnos creando nuevas formas de sobrevivir. El mundo nos está durando poco, ya sabemos que si seguimos abusando de la naturaleza, nosotros también desapareceremos. Cuidemos lo que nos ha sido heredado, sólo así podremos continuar con la especie y seguir siendo parte del todo; la naturaleza es bondadosa pero nos cobrará caro si no la cuidamos. Como nos queda poco petróleo, fabriquemos con ello las herramientas que nos ayudarán a sobrevivir en el futuro recuperando los espacios naturales.

Ser creativos siempre ha sido esencial para sobrevivir en la cultura. Al tiempo que el hombre es novedoso, se va facilitando la vida, por lo que el proceso de la creatividad es placentero, pese a la resistencia al cambio también tan natural en las personas. De modo que nuestra vida cotidiana se ve enriquecida por elementos nuevos y se le da un toque de estética a la rutina (Csikszentmihalyi, 1998).

La educación es básica para formar en la innovación, como lo demuestra los cambios ocurridos en el siglo pasado. El siglo xx fue un periodo de grandes y constantes cambios. La evolución social después de las dos guerras mundiales introdujo transformaciones ideológicas y de apertura en las naciones para que, ilusamente, no volviera a suceder una desgracia tan fuerte en el mundo.

Durante esta agitada etapa, la tecnología fue tan importante que se estuvo actualizando en tan cortos periodos de tiempo que en los últimos años, es decir, durante la década de los noventa, éramos incapaces de asimilar su desarrollo; los aparatos electrónicos se volvieron obsoletos tan rápido que ni siquiera se echaban a perder; aún con buen funcionamiento se desechaban sólo para dar lugar a un nuevo producto.

Lo curioso es que no sólo sucedió con la tecnología, sino con las artes, las ideas, el liderazgo, los trabajos, el lenguaje y, sobre todo, con la información. La documentación informativa se actualiza tan rápido que los programas curriculares ya no son suficientes, se tienen que actualizar cuan-

do ni siquiera han concluido, hasta los nombres de las materias han quedado obsoletos.

Entonces la propuesta es educarnos y formarnos en el procesamiento de la información, para que podamos leer los documentos que constantemente se publica, con el fin de mantenernos al día en las investigaciones y aportaciones científicas en cualquier área de interés; formarnos en las habilidades del pensamiento, para tener la capacidad de procesar información; fomentar la creatividad; tener un pensamiento crítico, pero sobre todo, aprovechar el trabajo colaborativo, porque si dos cabezas piensan mejor que una, entonces más pueden trabajar mejor (Oppenheimer, 2014).

Las actividades creativas tienen muchas ventajas, ya que son agradables, placenteras y resuelven nuestros problemas muchas veces sin esfuerzo. Sumemos a esto que se dan gracias a nuestras habilidades, al tiempo que las desarrollamos para posteriormente solventar otras necesidades más complicadas, y así sucesivamente. No cabe duda que gracias a esos procesamientos hemos sobrevivido por tanto tiempo en este mundo que no nos ofreció refugio de manera natural, sí no nos dotó de habilidades corporales como a otros animales, nuestra ventaja es la estructura cerebral.

Vivimos en una cultura de quedar bien con los demás, de sobresalir todo el tiempo, idea del modelo educativo por competencias se ha malinterpretado tanto que nos educamos para competir con el otro y no nos enfocamos en ser competentes en nuestra área de interés o de habilidad; muchas veces se trata de sobresalir sólo por humillar a los otros, de tomar venganzas, de dejar callados a los demás para que noten que somos mejores, pero son éxitos banales, como comer dulces: igual pueden quitar el hambre pero no nutren.

Ahora bien, ¿en qué consiste el modelo educativo por competencias?, es un método de enseñanza y aprendizaje que tiene como finalidad el desarrollo de las habilidades de un sujeto, ya sea alumno o docente, pues éstas no se heredan ni son privativas de unos u otras. Dicho modelo ha sido una de las maneras más objetivas para la evaluación de los alumnos, ya que respeta las capacidades propias para desempeñarse en cualquier tema. Es, pues, un método que permite la innovación y la creatividad (García, 2011).

Hay una gran cantidad de clasificaciones de las competencias que se pretenden obtener, pero entre ellas encontramos tres: teóricas, que son de conocimiento e información y requieren memorizar, comprender y reflexionar; competencias metodológicas, de procesos: saber cómo realizar

actividades, alcanzar objetivos y cumplir metas; y por último, actitudinales, que son de comportamiento, para relacionarse e interactuar con los demás (García, 2011).

Las competencias se clasifican en competencias genéricas, que son para la vida y son transversales, es decir, que conectan la parte formativa con los valores. Por otra parte están las competencias disciplinares, que son específicas, de ellas que desembocan la clasificación de competencias que realiza la Secretaría de Educación Pública en México. Por último, las competencias profesionales o particulares que se dirigen al desempeño ocupacional (Casarini, 1995).

Para ejemplificar, las competencias para la vida son aquellas que nos inculcan valores, como la puntualidad de los profesores, que es influencia implícita para los alumnos y no es parte del programa, pero es una cuestión de urbanidad que a fin de cuentas funciona para que se lleve a cabo de manera adecuada la formación académica. En segundo lugar, el detalle sencillo de realizar un ejercicio algebraico nos dota de una competencia disciplinar. Por último, los saberes realizados en el taller de mecánica de las secundarias son competencias particulares que funcionan para vida profesional del futuro del alumno.

El papel de las figuras famosas influye de manera importante en las demás personas, esa influencia es parte de la educación informal, de esa que nadie organiza, entonces, cuando se forman figuras de admiración algunas intentaran emularlas. Si tenemos figuras influyentes en el ámbito deportivo, lo más seguro es que contemos con personas interesadas en los deportes, y si tenemos figuras influyentes en las ciencias y también el área se enriquecerá por el interés en las personas (Oppenheimer, 2014).

Por otro lado cada vez se van reinventado más los trabajos, la idea de laborar toda la vida en el mismo lugar ya no es un hecho. Los adultos jóvenes que están iniciando en sus empleos duran poco tiempo en ellos, con la idea de reinventarse o de trabajar para sí mismos. Por lo tanto, la formación para sobrevivir en el futuro, en este tercer milenio, tendría que estar enfocada en la educación creativa (Oppenheimer, 2014).

En una sociedad así, fracasar es lo peor que puede suceder. Por eso muchas personas supersticiosas consideran de mala suerte comentar sus proyectos porque otros se pueden burlar de que sea una idea loca, o se pueden enterar de que se ha fracasado cuando podría ser tan natural aceptar que los proyectos toman otro rumbo cuando cambiamos de ideas

o cuando las cosas no funcionan como uno esperaba; pero no, la realidad es que se esconden para que, si acaso llega el fracaso, entonces nadie lo sepa y se pueda sufrir en silencio, ocultando la necesidad de ayuda o ánimo de las personas cercanas. Esto haría peor la humillación, el fracaso del proyecto y el que los otros sientan lástima o se burlen por el proyecto no realizado.

3.3 MODOS DE AUMENTAR LA CREATIVIDAD

El éxito es el resultado de ir de fracaso en fracaso, sin perder el entusiasmo.

WINSTON CHURCHILL

En el primer capítulo ya comentábamos que para ser una persona creativa no hace falta ser considerado con AS, aunque lo cierto es que la creatividad sí es una aptitud sobresaliente, así como la intelectual, socioafectiva, psicomotriz o artística. Las características de la creatividad en el área de las AS consisten en encontrar relaciones entre objetos que no tienen cosas en común, producir diversas ideas sobre un mismo tema, agregar detalles a los productos, sentido del humor, proponer usos distintos a los productos, buscar alternativas a actividades rutinarias, además de incitar a otros a la reflexión (Betancourt, 2012).

Es importante recalcar que para convertirnos en genios creativos no basta con nacer con distintas habilidades heredadas de nuestros padres, hace falta también rodearnos de un contexto abierto que abra nuestras mentes y las ponga en disposición a aprender, a alimentarnos del ambiente para después proponer y desarrollar las ideas que están germinando en nuestra cabeza. Ahora, es importante saber que cualquier genio creativo inició como un estudiante inexperto con hambre de aprendizaje (Romo, 1997).

Un punto importante por aclarar es el papel de la inteligencia y las habilidades cognitivas. Éstas últimas son el primer paso para el desarrollo de la creatividad, puesto que gran parte del desempeño de la inteligencia es descifrar códigos o resolver problemas que ya tienen solución establecida, como las ecuaciones matemáticas, entonces la medición de la inteligencia mediante el coeficiente intelectual es sustancial.

El coeficiente se define como un elemento que constituye un experimento y señala su relación con una experiencia; es un número que expresa el grado de alguna característica. Mientras que el concepto de intelecto significa la capacidad para llevar a cabo el conjunto de relaciones de los procesos cognitivos (Warren, 2012). Entonces coeficiente intelectual es la medición de los procesos mentales con relación al estímulo evaluador.

El coeficiente intelectual atiende también a la necesidad inherente de aprendizaje que tienen las personas creativas. Para sobrevivir en la creatividad hay que mantener la curiosidad por las cosas nuevas, así como por renovar lo que tenemos mediante el agregar elementos, rediseñarlos y buscar usos alternos a los ya conocidos. Pero no cualquiera idea azarosa corresponde al intelecto; también debe satisfacer las tareas de la inteligencia.

Ser inteligente tiene connotaciones culturales. En China una persona inteligente cumple con las reglas morales, mientras que en Estados Unidos corresponde más bien a tener una vasta cantidad de conocimientos (Cline, Guilford y Birch, 2017). Sin embargo, tal vez la postura de que cada persona tiene una inteligencia particular sea más objetiva y justa con aquéllos que aparentemente no encajan en su cultura.

Una cosa es clara, para ser creativo no hace falta ser un genio o calificar en una prueba psicológica cognitiva con un coeficiente intelectual superior a 120 que proporcione un diagnóstico de AS. Lo cierto es que se requiere ingenio, compromiso, imaginación, fantasía, experiencia, atención, apertura mental y otros indicadores para que se dé el proceso creativo (Oppenheimer, 2014).

Existe un punto importante para los procesos cognitivos proveedores y productores de creatividad, que es la lectura. Los procedimientos mentales que tienen que activarse al momento de leer son demasiados, el hecho de percibir las letras, descifrar el código con el que se ha escrito, imaginar el contenido, hilar las ideas, hacer reflexiones; sólo con estas actividades podemos imaginar la energía que se está produciendo en nuestro cerebro para procesar el texto.

El papel de la lectura es fundamental para promover y desarrollar el proceso de pensamiento creativo. Visitar mágicos mundos a través del cuento o conocer países lejanos mediante la narrativa ayuda a que los procesos de pensamiento se desarrollen y fomenten la imaginación, la ideación, el deseo de conocer personalmente lugares en donde sucedieron

eventos de gran importancia y con ello idear los planes para poder lograrlo (Barcia, 2006).

Lo anterior supone también cansancio en la estructura cerebral, ya que la lectura no es una actividad sencilla, presupone la disposición del sujeto para abandonar su realidad por conocer una alterna, trate de lo que trate la lectura. Desde textos documentales, científicos, hasta literatura o lectura recreativa, a fin de cuentas se trata de transportarse a otros escenarios, lo cual no sucede al ver un video o imágenes concretas, cuando una gran cantidad de información viene a nosotros sin el mismo esfuerzo. Leer por eso a muchas personas les cansa, aburre o simplemente no les gusta, no invierten tiempo en leer.

Por otra parte, para aumentar la creatividad hay que ser libre, libre de elegir, de hacer lo que le venga en gana a las personas, libre de decidir; sin embargo, ser libre también implica ser responsable de las decisiones que se están tomando; eso sí es ser libre. Por lo tanto, para poder decidir, responsabilizarse de las consecuencias y continuar, hace falta que el ingrediente secreto sea la creatividad. La libertad y la creatividad se complementan una a otra.

La libertad puede concebirse también como autonomía o como independencia (Ferrater, 1998). Tergiversando el concepto entendemos que las actividades de libertad se relacionan con el ocio, y es que realizamos tantas actividades de manera obligada, como el trabajo o la escuela, que cuando ejercemos nuestra libertad terminamos haciendo actividades que nos gustan, de modo que concebimos la libertad como agradable.

La libertad es el primer paso para promover la creatividad. Si una persona se siente libre en el ambiente en el que se desenvuelve, ya sea el trabajo o la escuela, las ideas van a ir fluyendo aunque aparentemente no sean buenas; por el contrario, cuando una persona o un equipo de trabajo se sienten oprimidos, pocas veces habrá respuestas creativas para las problemáticas que surjan, ya que las reglas y otras restricciones sólo limitan los procesos de pensamiento (Catmull, 2015).

Las crisis son una buena oportunidad para crecer, lamentablemente, se nos ha enseñado a evitarlas. El simple origen etimológico de la palabra apela al crecimiento personal y social. Una crisis es la oportunidad para crecer, para entrenar, en el caso de los procesos de la creatividad, el pensamiento, sobre todo tratándose de un pensamiento divergente, lateral (Catmull, 2015).

Una crisis puede ser definida como una combinación de estímulos no esperada, como cambios imprevistos en los acontecimientos ya programados o incluso hasta en los naturales (Warren, 2012). Por esta razón la crisis nos desenfoca, porque desde antaño existe la condición humana de creer que podemos controlar las situaciones o los fenómenos, entonces cuando ocurre algo inesperado, entramos en crisis.

Las ideas locas son incubadoras de los proyectos innovadores que posteriormente se estructuran en proyectos creativos y evolucionarán a inventos para facilitar nuestros días. Con seguridad se puede afirmar que una gran cantidad de personas alrededor de ese formulador de ideas locas ya ha sido prejuizada de ociosa o de estar perdiendo el tiempo, mientras podría estar trabajando en algo útil como comúnmente hacen las personas formales (Oppenheimer, 2014).

En el otro extremo hay personas de proyectos, que sólo se dedican a planificar el futuro de una gran empresa que los volverá millonarios para poder jubilarse a los 30 años y vivir de sus rentas. No obstante, cuando llega la hora de trabajar en el plano real, mejor abandonan tal plan y comienzan uno nuevo que los volverá aún más millonarios que el anterior, pero se repite el ciclo cuando se tiene que empezar a trabajar. Entonces, no sólo se requiere una idea loca, sino también a un sujeto responsable y comprometido que quiera invertir tiempo y esfuerzo en hacer sus sueños realidad.

Existe un tipo de persona que sueña, que realiza planes y proyectos para llevar a cabo, pero cuyas ideas no logra concretar. Las características de esas personas de proyectos son muchas veces la arrogancia, la falta de responsabilidad, la incapacidad para ver los proyectos florecer. Son personas que generalmente han tenido pocos obstáculos en su vida o a quienes sus padres o tutores los proveyeron de todo sin pedirles algún esfuerzo de su parte, entonces tampoco actúan por solventar sus propias necesidades.

Son individuos que deciden también dejarse llevar por la procrastinación. Ésta es la condición de las personas que deciden distraerse con cualquier actividad antes de llevar a cabo alguna tarea que represente esfuerzo y que tendrá recompensas a largo plazo pero que a la brevedad sólo representa cansancio o fastidio. La procrastinación es un fantasma silencioso disfrazado de necesidades momentáneas, como tomar agua o garabatear en lugar de escribir una tesis o ceder a los obstáculos que nos impiden ser

constantes en el gimnasio, por citar algunos ejemplos; es el ingrediente perfecto para postergar metas.

La procrastinación puede combatirse pero hay que luchar contra el monstruo de la flojera. Se logra trabajando por periodos cortos de tiempo que no representen tanto esfuerzo pero que sí ayudan, como una gota de agua constante, a culminar con la tarea, si bien no en el periodo que se esperaba, pero poco es mejor que nada. Además, esos pequeños periodos de tiempo trabajado promueven el sentido de necesidad de culminar tareas.

Por lo tanto, la procrastinación es el némesis de la creatividad, ya que hará lo posible por distraernos con tareas sencillas que no representen esfuerzo, como si mostrara dulces y con eso nos atrajera, mientras que la creatividad promete trabajo seguro, esfuerzo mental y metas cumplidas, pero después de un gran esfuerzo. De modo que la procrastinación mata a la creatividad, pero la creatividad brilla y muchas veces sale victoriosa, no permitamos este crimen.

Lo importante es utilizar la creatividad; crear o morir. Hay dos tipos de innovaciones, aquellas de producto, que es crear objetos o servicios nunca antes vistos, por ejemplo, hubo un tiempo en que existían medios de comunicación pero no así el teléfono, entonces Alexander Graham Bell realizó una innovación de producto. Por otra parte existen innovaciones de proceso, que tratan de innovar los productos ya realizados, por ejemplo, ya existen computadoras pero alguna empresa saca al mercado equipos con mejores procesadores o con mayor memoria RAM, el punto clave es crear (Oppenheimer, 2014).

Ahora, es cierto que hay que invertir en tiempo y esfuerzo, pero lo más común es que un autor intelectual no cuente con los recursos económicos para llevar a cabo su idea. Para ello tenemos que buscar a esos benefactores que ganarán dinero también con la idea del sujeto creativo; sin embargo, está implicado un riesgo porque no se tiene la certeza de que pueda funcionar el producto en el mercado (Oppenheimer, 2014). Debe tratarse de un benefactor dadivoso que está dispuesto a arriesgarse con nosotros a dar un salto de fe.

En síntesis, para aumentar la creatividad necesitamos los siguientes ingredientes: agregue una pizca de inteligencia con unos cuantos gramos de habilidad cognitiva, añada capacidad personal al gusto, diversidad, lectura constante, mezcle con imaginación, sume un chorro de libertad, espolvoree ideas locas, no olvide hacerlo con innovación e inversión. Nota:

evite ser una persona de proyectos, por ningún motivo invite a la procrastinación y sobre todo no olvide que si sucede alguna crisis, puede solventarla, ayuda a darle sabor.

3.4 CONSTRUCCIONES EN EL CAMPO DE LA CREATIVIDAD

Si he logrado ver más lejos es porque he subido a hombros de gigantes.

ISSAC NEWTON

Es increíble lo que puede hacer con nosotros el miedo. Esa emoción natural que nos advierte cuando estamos en peligro puede también obstaculizar el crecimiento de un gran proyecto. El miedo nos impulsa y nos detiene, es capaz de bloquear una mente a punto de florecer; es tanto aliado como enemigo porque también puede causarnos daño por no prevenir, pero cuando lo vencemos seremos capaces de superar cualquier cosa.

Tal parece que el miedo al fracaso es tan común en la sociedad mexicana así como en la latinoamericana, que el sentido común de intentar varias veces, de perseverar en un proyecto, provoca miedo en las personas; se tiene la falsa idea de que quien fracasa varias veces es un tonto, una burla para la sociedad, pero no se conocen los miles y millones de intentos de los genios famosos para alcanzar el éxito que tienen hasta ahora (Oppenheimer, 2014). Al respecto recordemos la historia de Thomas Alva Edison y su invento de la bombilla eléctrica; cuando le preguntaron qué se sentía haber fracasado tantas veces, él respondió: no fracasé, encontré tantas formas de cómo no hacer una bombilla.

Para fomentar la creatividad sería importante tomar en cuenta a la persona desde la infancia, cuando las habilidades para la fantasía se están desarrollando por la imaginación que explotan los niños. A esto habría que agregar la influencia directa de la familia, de las relaciones con cada padre, de los hermanos y de los amigos, compañeros de clase, vecinos, profesores o de aquéllos que le rodean en primer plano (Barcia, 2006).

Pese a que la creatividad alcanza en su máximo esplendor alrededor de los 35 años, es inminente que se estimule durante la infancia, ya que es una actividad natural. Durante los primeros años de vida hay una gran cantidad de aprendizajes, y si a eso le sumamos el desarrollo de la creati-

vidad, los niños tendrán un mayor rendimiento de sus capacidades durante la vida adulta (De la Torre y Violant, 2006).

La creatividad se manifiesta durante la infancia en la espontaneidad, la fantasía y la imaginación, y se potencia porque constantemente está realizando hallazgos nuevos gracias al juego; esto desarrolla también la autoconfianza en los niños, el respeto, la libertad de expresión, la cooperación con los demás, la tolerancia y ayuda a ver el lado positivo de las cosas (De la Torre y Violant, 2006).

Los niños que guardan una relación más cercana con sus padres tienen niveles más altos de creatividad, aquéllos que hacen participar a sus padres en sus actividades de ocio o les comparten ciertos pasatiempos. También promover la libertad e independencia fomenta el pensamiento creativo; no se trata de abandono sino de permitir que los hijos vayan tomando sus propias decisiones, por ejemplo al elegir la ropa, sus juguetes favoritos, los juegos o actividades que realizar (Barcia, 2006).

El papel de la familia es inminente para el desarrollo de la creatividad en la infancia. Familias de un gran número de hermanos potencian en menor medida la creatividad, mientras que los hijos únicos o con sólo un hermano tienen mayores niveles de inventiva. Los hermanos mayores son quienes desarrollan los niveles más altos, así como aquéllos que son hijos de padres con altos grados de educación (Barcia, 2006).

El papel del juego es fundamental, ya que por medio de él los niños pueden expresar y conocer el medio así como relacionarse con los otros niños. Nos referimos al proceso del juego y sus diferentes etapas, desde aquéllas en que los niños juegan solos, cuando comienzan a jugar junto a otros niños pero no con ellos, hasta el proceso en el que aceptan jugar con los demás o incluso compartir juguetes. Se requiere todo ese proceso para alcanzar el punto de desarrollo de la creatividad (Berger, 2007).

El punto clave es que no sólo se trata de la influencia de la familia en la persona y la experiencia que se va formando ésta con el ambiente que le rodea. También hace falta un contexto para fomentar el pensamiento creativo, la misma sociedad constituye lugares de cierta reputación para la que fueron hechos. Con sólo pertenecer a ese lugar ya se va formando una estela de reconocimiento. Es decir, la misma gente creativa se tiene que rodear de personas creativas, que no se encuentran por causalidad en cualquier lugar, hay que formarlos como centros de reunión de las mentes creativas e invitar a éstas a vincularse (Oppenheimer, 2014).

No basta con que la familia inflencie a los niños, también la misma persona debe fomentar en sí misma la creatividad y trabajar en ello durante su vida. Puede ser que los padres de familia comprendan los materiales para que los hijos aprendan a pintar y fomenten con ello la creatividad, pero después el niño mismo tendrá que trabajar en ello para desarrollarla y buscar nuevas técnicas y otras formas de pintar. Entonces la disciplina también es un elemento importante para el desarrollo de la creatividad, complemento del rodearse de personas creativas, sobre todo que pertenezcan al ámbito en el que se pretende desempeñarse (Csikszentmihalyi, 1998).

Crear una cultura de la creatividad y la innovación no es responsabilidad de unos cuantos o sólo una discusión en el congreso, se trata de formalizar una cultura desde arriba y en lo profundo. Ya comentamos que los lugares creativos llaman a las personas creativas; un lugar abierto a la diversidad abre la mente de las personas, apoya a la innovación y a la formulación de ideas sin el miedo al fracaso (Oppenheimer, 2014).

Imaginemos que existe un mundo en el que hay empresarios fortuitos que gusten de invertir su dinero para que constantemente se mueva en los mercados económicos apoyando proyectos de personas con gran capacidad creativa. Conforme su proyecto avanzara, se vendiera o mejorara se les impulsaría más, de modo que los autores intelectuales serían fuente de inspiración para otros que sólo tienen ideas locas. Así éstas pueden germinar en grandes proyectos y todos los niveles creativos tendrían un movimiento dinámico que se extendería por todas partes hasta formar una cultura global de personas creativas e inversores.

En la sección anterior ya hablamos acerca de la importancia de la aceptación y respeto a la diversidad para fomentar la creatividad, puesto que la diversidad es sinónimo de enriquecimiento; si bien significa establecer diferencias, las segregaciones nos vuelven más ricos culturalmente, entonces, mientras más elementos tengamos, más opciones de crecimiento encontraremos.

Otro punto clave es la aceptación de la diversidad. Si somos capaces de convivir con personas de culturas tan diferentes de la nuestra, si estamos dispuestos a aprender idiomas que nos ayuden a comunicarnos con los otros, entonces y sólo entonces vamos a ampliar nuestros horizontes para conocer un mundo inmenso, en comparación con nuestras mentes, aunque pequeño en comparación con el universo en el que vivimos.

CAPÍTULO 4. PSICOLOGÍA DE LA CREATIVIDAD APLICADA

La creatividad implica romper con patrones establecidos para mirar las cosas de otra forma.

EDWARD DE BONO

4.1 SEIS SOMBREROS PARA PENSAR Y SEIS PARES DE ZAPATOS PARA LA ACCIÓN DE EDWARD DE BONO

Como ya se ha explicado en capítulos anteriores, la creatividad no sólo se hace cargo de resolver problemas, pues primero es necesario encontrarlos. Por tanto, los ejercicios para desarrollar la creatividad incluyen la habilidad para detectar e identificar problemas, tener sensibilidad de lo que hay en nuestro entorno, no creer que todo lo que está hecho está bien hecho, reconocer que cabe la posibilidad de errores en el mundo y en los contextos en los cuales nos desenvolvemos. Por problema entendemos la enunciación de una situación desconocida de las condiciones de un contexto conocido o desconocido (Warren, 2013).

Edward de Bono propuso la idea de pensamiento lateral, que en esencia conceptualiza el pensar de manera diferente; es decir, el pensamiento puede ser lineal, continuar por el mismo camino que se nos ha enseñado, sin salir de ahí o bien, puede tomar rumbos alternos, encontrar problemas, resolverlos, proponer soluciones o innovar con ideas que no se han tomado en cuenta antes.

En muchas ocasiones, por pensar en un determinado problema no nos damos cuenta de que la solución puede ser fácil y práctica, pero como se dice coloquialmente “el pez no ve el agua porque vive en ella”. Así que, en beneficio del pensamiento, también se requiere organizar las ideas para ver de manera más clara la situación. Es una orientación piagetiana el hecho de operar de manera concreta, verlo representado en objetos.

Por otra parte, el trabajo en equipo también es importante, ya que si bien, “dos cabezas piensan mejor que una”, seis cabezas pueden aportar información desconocida o incluso ver la situación desde un ángulo que no se había previsto. Posiblemente seis cabezas representan seis pensamientos lineales, pero en seis diferentes direcciones que para algunos pudiera ser su versión de pensamiento lateral.

De Bono propuso una técnica muy particular para resolver situaciones, a la que llamó “Los seis sombreros para pensar”. los cuales corresponden a seis colores diferentes, uno dedicado únicamente a un tipo de pensamiento para que no se obstaculicen entre sí, ya que si todos pretenden pensar en la misma dirección solamente se estarían impidiendo unos a otros.

Hemos insistido en este libro en la importancia del pensamiento en la evolución del hombre. En efecto, gracias al desarrollo de las estructuras cerebrales, en especial del lóbulo frontal, hemos sobrevivido en este mundo para el que no tenemos otra defensa que nuestras manos, en comparación con los demás animales proveídos de pelaje y garras o colmillos para defenderse y comer, que poseen otras habilidades y capacidades que se han ido desarrollando conforme a la adaptación natural. Dado que estas características el ser humano no las posee, requiere ser creativo para enfrentarse a sus obstáculos.

Entonces el pensamiento es nuestra herramienta más importante. Pensar nos vuelve la especie que ha construido más objetos en el mundo en toda la historia de la Tierra. Por supuesto también nos ayuda a adaptarnos al mundo que hemos creado. Pero no se trata sólo de pensar por tener la razón, sino de hacerlo objetivamente, para encontrar respuestas, no por egolatría (De Bono, 1999).

Ahora, utilizar determinados tipos de ropa nos identifica con otros, como en un juego de rol. Nos vestimos de manera diferente si vamos a una fiesta de gala, como una boda o una graduación, cuando si vamos de compras o a tomar un café con los amigos. Las prendas de vestir nos ayudan a tomar roles, como cuando un equipo usa el color de una camiseta o un tipo específico de accesorios.

Utilizar un sombrero nos predispone a realizar determinada actividad dependiendo del tipo de sombrero por el que nos hayamos decidido. Los hay para ser formales, para cubrirse del sol, para completar un atuendo, y aún más. Hay sombreros que se identifican como masculinos y otros como femeninos, entonces nos ayudan a tomar roles, si decidimos ponernos un sombrero para pensar nos convertiremos en pensadores y si decidimos ser pensadores, nos convertiremos en ello (De Bono, 1999).

Tenemos diferentes tipos de pensamientos. Para empezar está el automático, no necesitamos concentrarnos en una actividad para comer, caminar, conducir, etcétera, aunque tal vez en un inicio sí tuviéramos que

hacerlo, pero habiéndolas aprendido, se vuelven automáticas. Y por otra parte tenemos ese pensamiento en el que sí tenemos que atender a las ideas, como para escribir un libro, aprender un nuevo idioma o descifrar una ecuación.

Por tanto, De Bono propone que existe un sombrero de color blanco para aquella persona que se hará responsable de indagar, así como de proporcionar la información sobre los hechos, reseñas, testimonios, evidencias, datos, cantidades o cifras de la situación problemática. Esto significa que el sujeto que porte el sombrero blanco será el portador de la información neutra.

El segundo es el sombrero de color rojo, que se va a encargar de las emociones, sentimientos, intuiciones y presentimientos provocados por la dirección que estén tomando las aportaciones de cada sombrero. Lo puede portar una persona que se interese por los sentimientos y emociones de los demás, ya que no se puede saber con exactitud si la solución de un problema represente consecuencias negativas para otros.

El sombrero de color negro que se encargará de las evaluaciones y comprobaciones de las propuestas que se realicen sobre la situación por resolverse. Su responsabilidad radica en ocuparse de la verdad y de la realidad, se trata de personas con puntos de vista objetivos; aunque aparentemente sea un sombrero negativo, se trata más bien de ver las consecuencias reales.

Asimismo, contamos con un sombrero de color amarillo que se encargará de velar por los beneficios, primacías, superioridades y ventajas que puedan sacarse de las propuestas realizadas. Es un sombrero que representa el optimismo, sin embargo no es un sombrero iluso; contrario al sombrero negro, ve todas las posibilidades y propuestas que podrían realizarse.

Por su cuenta, sombrero verde se encarga de la creatividad. Es un sombrero de propuestas, realiza sugerencias y tiene ideas novedosas, pero no sólo ideas al azar, sino diferentes, o en lenguaje de pensamiento lateral, ideas divergentes. El sombrero verde lo portará una persona de pensamiento libre que pueda pensar en cualquier dirección, que no se limite al pensamiento lineal.

Por último, el sombrero de color azul tiene la responsabilidad de revisar, además de tener el control, del proceso de pensamiento. Se va a encargar de no perder la dirección de lo que se está realizando, será el supervisor de los procesos, para que cada sombrero vaya en la misma dirección y no divaguen; será un sombrero que vigile que ningún otro pierda el rol que está trabajando.

Si el equipo de seis personas sigue las instrucciones y juega limpiamente el papel encomendado a cada color de su sombrero, entonces Edward de Bono y la técnica propuesta prometen obtener una visión clarificada del problema por resolverse, para así tener un proyecto con varios puntos de vista, asumiendo consecuencias y con la información precisa para llevarse a cabo.

A partir de pensar en determinado problema para resolverlo, Edward de Bono propone que se pueden utilizar seis pares de zapatos para la acción, ya que el plan no estaría completo si sólo se piensa en la solución del problema y no se lleva a cabo. Por ello se ha propuesto, de manera concreta, ponerse en los zapatos del papel asignado para la acción, pues ayuda a que la persona sienta la responsabilidad de aplicar lo asignado.

Como ya lo mencionamos, desde una perspectiva piagetiana es mucho más fácil procesar la información de manera concreta; para ello necesitamos zapatos de determinada forma y color con el fin de realizar una acción encomendada. Los zapatos están relacionados con la acción, con caminar, con ponerse en marcha hacia algo, de ahí la propuesta de que sean zapatos los que nos inviten a la realización de la actividad, a llevar a cabo los proyectos de solución de problemas (De Bono, 2014).

La intención de que sean varias personas las que porten los diferentes tipos y colores de zapatos, según la propuesta de De Bono consiste en señalar que hay ocasiones en que los individuos queremos realizar distintas actividades a la vez; pretendemos ser capaces de atender diversas situaciones, sin darnos cuenta que para lograr actividades con calidad necesitamos abandonar algunas para llevar a buen fin la prioridad elegida, pues no somos perfectos ni súper poderosos.

Vivimos en un mundo que ha elegido el método deductivo para alcanzar los objetivos de proyectos de cualquier carácter, entonces optamos por la especialización. No obstante, como no podemos ser especialistas en todas las áreas, es necesario priorizar, por eso De Bono ha diseñado un método cuyo objetivo no es entrenar a una persona perfecta, sino conseguir personas que puedan intervenir en la acción (De Bono, 2014).

Hay una situación muy particular con los zapatos; bien van a enfocarse en su actividad, también pueden combinarse, de modo que una persona puede utilizar un zapato de otro para solucionar una situación determinada; es decir, los zapatos son tan dinámicos como sepamos utilizarlos, de acuerdo a las combinaciones que podamos hacer. Si tenemos

seis pares y tenemos seis colores, hay más de 30 combinaciones posibles (De Bono, 2014).

Para iniciar, contamos con unos zapatos formales de color azul marino. La persona que se los ponga debe revisar las operaciones, rutinas, instrucciones y los procedimientos formales. Su personalidad debiera ser, entonces, sistemática, metodológica, seria y formal, de modo que los zapatos le queden y no le sean incómodos.

También se necesitan unas zapatillas para deportes o tenis que sean de color gris. Éstos se relacionan con la exploración, la indagación, la búsqueda, el sondeo y la investigación, por eso deben ser cómodos, para que ninguna incomodidad le limite realizar las pesquisas que le correspondan respecto al problema ya pensado. Si lo revisamos a fondo, sería un rol que anteriormente portaba el sombrero blanco.

Los zapatos marrones se relacionan con el trabajo práctico y pragmático. Estos zapatos deben ser botas de trabajo como las que portan los obreros, además de ser resistentes y mostrar que quien las porta tiene una gran fortaleza en sus pies; sin embargo, al mismo tiempo es un calzado cómodo y protector, por lo que el sujeto que las usa no debe preocuparse por el daño que pueda hacerse.

Asimismo, contamos con botas de goma naranjas, del tipo de calzado que no se moja y puede utilizarse en emergencias. Por tal motivo su tipo de actuación está relacionado con las urgencias, la crisis y el peligro, puesto que va a prevenir y solucionar situaciones emergentes; es posible que ni siquiera se utilicen sus servicios, que sería lo ideal. En consecuencia debe ser una persona paciente al tiempo que asertiva, que no entre en pánico en una situación de emergencia y pueda atender accidentes.

Por otro lado, están las pantuflas de color rosa, que sugieren ternura, compasión y atención a los sentimientos. Gracias a ellas, durante la aplicación de los proyectos no quedarán de lado los sentimientos ni las emociones de las personas. Será un par de calzado ideal para continuar con el trabajo realizado y los planes propuestos por el sombrero color rojo, mismos que preocuparán por cómo se sienten las personas al momento de pensar en la solución del problema. Quien los use debe sentir empatía por los sentimientos al momento de la acción.

Por último las botas de montar de color púrpura representan la autoridad, un líder que supervise que las acciones planificadas se están llevando a cabo y que cada par de zapatos está realizando su trabajo, de igual

manera a como trabajó el sombrero azul anteriormente. Es un par de zapatos importante que tendría que poder utilizar cualquier persona. Asimismo, todos debiéramos ser capaces de ponernos cualquier sombrero para pensar, así como utilizar cualquier tipo de zapatos para la acción.

Es importante puntualizar que cuando una persona se enfrasca en un sólo papel hasta llevarlo al extremo, es conveniente que pruebe otros sombreros o incluso zapatos, para que tenga un punto de vista diferente del que se está apoderando. Recordemos que no aporta a un proyecto tener un pensamiento lineal, de ahí que la propuesta inicial de Edward de Bono sea ejercer el pensamiento lateral, tener distintos puntos de vista.

4.2 CREATIVIDAD SOCIAL

Si hay algo que merece una recompensa, es la contribución social. La creatividad puede ser una contribución social, pero sólo en la medida en que la sociedad sea libre de aprovechar los resultados.

RICHARD STALLMAN

4.2.1 SOCIAL

4.2.1.1 *Dimensión social*

Todo ser humano nace en el seno de un grupo primario, a saber, la familia, integrada a otros grupos de convivencia como pueden ser otros familiares, un grupo religioso, una cultura y una sociedad. Por lo tanto, el individuo tiene características individuales, una personalidad propia, sentimientos, pensamientos, habilidades, actitudes y aptitudes, aspectos propios de su genética, pero resultado también de un contexto determinado por una sociedad en la que se desarrolla. De lo anterior surge el siguiente planteamiento:

En efecto, para llegar a conocer el peso que tienen las circunstancias en nuestra propia manera de ser fue necesario elaborar, primero, la constatación de que las personas, a pesar de ser cada una única y diferente entre sí, presentan un amplio conjunto de características comunes según pertenezcan, por circunstancias de nacimiento o por circunstancias de la vida, a una u otra de las diferentes comunidades que coexisten en la sociedad (Lucas Marín, 2011, p. 58).

Lo social hace referencia al conjunto de individuos que pertenecen a alguna cultura y que se relacionan entre sí a partir de saberes, tradiciones, costumbres, creencias, pautas de conducta y hábitos. A partir de esta convivencia y relaciones deriva una comunidad en la que se establecen reglas de conducta, normas e incluso leyes. Se manifiestan, por lo general, elementos en común como la lengua o idioma, valores, tareas y ubicación geográfica. Dentro de esta comunidad así conformada hay convivencia social por algún tiempo determinado, corto o largo, que puede generar un sentido de identidad a partir de la diferencia respecto a otras comunidades; una idea de pertenencia mediante la cual el individuo participa, aporta, genera y proyecta acciones en pro de su comunidad.

No obstante, una comunidad no es sencilla en cuanto a las características de su población, del territorio local y del ecosistema. De igual manera se multiplican a los grupos que conforman: clases sociales, relaciones de cohesión, instituciones públicas, organismos privados, delegaciones, escuelas, mercados, asociaciones civiles, instituciones religiosas. Por ello, se trata de un grupo más bien complejo cuyas relaciones interpersonales aun, cuando la comunicación no sea nada fácil, se deben gestionar con más actitudes positivas que negativas (Wiemann, 2011). También intervienen intereses propios de cada individuo: pobreza, hambre, riqueza, conflictos, que propician en una comunidad una situación social muy característica, por lo que se requiere la intervención de especialistas sociales que permitan analizarla, controlarla y establecer reglas, estrategias de armonía, producción y proyectos.

Una de las disciplinas que han atendido lo social en las comunidades es la antropología, que estudia y analiza los fenómenos culturales y sociales y sus conexiones mutuas (Berdichewsky, 2002). Por su parte, la arqueología, como disciplina derivada de la antropología, estudia el pasado histórico de las culturas. En cuanto a la sociología, tiene como objeto de

estudio el acto social, la acción subjetiva orientada hacia otros (Lucas Marín, 2011). La historia como ciencia estudia el pasado escrito de la humanidad, pues no toda huella que ha dejado el hombre es historia, se interesa por los procesos, las causas y las consecuencias de los sucesos históricos en etapas determinadas, asimismo, se enfoca en las estructuras de una sociedad en el pasado para comprender el presente (Ortega, 2018). La politología, una rama de la ciencia política, de la historia del pensamiento político y de la filosofía política (Bunge, 2005), se encarga del estudio y análisis de las relaciones de poder en una sociedad.

Por último, y como punto importante de acuerdo al tema que nos atañe, la psicología social se encarga de estudiar los procesos psicológicos, así como las interrelaciones de la vida habitual del individuo. La intervención de esta disciplina, ya sea como psicología básica o aplicada, permite trabajar no sólo con lo social, sino con la socialización de los individuos pertenecientes a la comunidad para fortalecer sus relaciones de convivencia y enriquecer las formas diferentes de pensar, las cuales conforman sus ideologías.

4.2.2 *Psicología social*

Una de las grandes áreas de estudio e intervención de la psicología ha sido la relación entre el individuo y el medio ambiente, el individuo y la sociedad, y el individuo y la cultura, temas preferidos por la psicología social. Esta rama de la psicología se caracteriza por estudiar, entre otros aspectos, la interacción, así como la interdependencia, del individuo y de la sociedad. Aborda y analiza la intersubjetividad de la vida de los individuos, pues el ser humano, aunque individuo, vive y se relaciona con diversas agrupaciones: familia, escuela, religión, amigos, trabajo y toda colectividad a la que se inserte de acuerdo a sus gustos, preferencias, necesidades o expectativas.

La psicología social muestra un gran interés por las personas, sus pensamientos, sentimientos, actitudes y conductas, y cómo estos elementos son influidos por otras personas y determinados contextos socioculturales (Ibañez Gracia, 2004). La interdependencia se refiere a la influencia de la sociedad en el individuo, así como del individuo en la sociedad. El ser humano nace en un grupo pequeño (familia) que pertenece a una sociedad en determinado contexto y cultura, y se ve influenciado por ella en cuanto a costumbres, hábitos y creencias. Cuando éste crece, ejerce una influen-

cia en su sociedad, la cual puede ser enriquecedora o perjudicial, dependiendo del interés y las expectativas, e incluso del tipo de actividad por la que se haya optado.

La psicología social ha sido definida por G. W. Allport como “la investigación científica de cómo influye la presencia real, imaginaria o implícita de los otros en los pensamientos, sentimientos y conductas de los individuos” (Hogg, 2008, p. 4). Según este autor, la psicología social no sólo se interesa en la conducta del individuo, sino también en sus sentimientos, pensamientos, creencias, actitudes, tendencias y objetivos. Es aspecto lo obtiene por el interés con que estudia cómo la gente se ve afectada por la presencia física de otros. Se busca ante todo que esa afectación sea positiva, pues una sociedad intelectual, con desarrollo económico, con normas sociales y de convivencia bien definidas, con sistemas de gobiernos honestos, podrá desarrollar individuos cuyos aportes promuevan la evolución de su contexto, su cultura y su sociedad. Ese beneficio, esa evolución, se promueve desde la creatividad, tanto individual como social, pues busca el beneficio de una colectividad y por ende de la humanidad. Por otro lado, esta creatividad no se refiere sólo a las artes, tan indispensables para la sensibilización, sino también a la innovación en los valores.

4.2.3 Creatividad social

Lo social y la sociedad por tanto, requiere de avances en todos los aspectos, avances no solo tecnológicos como se está viendo en la actualidad, sino también avances científicos, culturales, políticos, comunicación, pero también se requiere en cuanto a la conciencia humana sobre la naturaleza, sobre la convivencia humana, de una civilización, y todo esto se puede tener gracias a la creatividad social. Esta área es importante y fundamental para generar acciones que beneficien tanto al individuo como a la sociedad, una interrelación a través de actividades conjuntas que promuevan el desarrollo y la evolución. Para Hogg y Vaughan (2008) la creatividad social son diversas estrategias conductuales basadas en los grupos que buscan mejorar la identidad social, sin atentar contra la posición de un grupo dominante, algunas de estas estrategias consisten en:

- Participar en comparaciones intergrupales en dimensiones nuevas o poco ortodoxas, donde sea común favorecer al grupo subordinado. Por ejemplo, Lemanine (citado en Hogg y Vaughan, 2008) hizo que unos niños participaran en una competencia intergrupala para construir la mejor cabaña y observó que los grupos que recibían los peores materiales de construcción, y por lo tanto no tenían ninguna posibilidad de ganar, enfatizaron qué buen jardín habían hecho.
- Intentar modificar el valor consensual fijado a las características del propio grupo (por ejemplo, el eslogan “Lo negro es bello”).
- Compararse con otros grupos de bajo o menor (por ejemplo, racismo contra blancos pobres).

Los grupos buscan crear estrategias que les permitan una mejor convivencia y con los cuales puedan avanzar y mejorar su interacción en la sociedad. Asimismo, suelen buscar un nivel o estatus superior, pasar de un endogrupo a un exogrupo es decir, por la vía de la creatividad; buscan crear y no destruir, a través de actividades productivas. Además promueven otro tipo de estrategias como la competencia social, así como la redefinición de atributos, de acuerdo con Marín Sánchez y Troyano Rodríguez (2012). Ellos refieren tres formas concretas de la creatividad social:

- Búsqueda de nuevas dimensiones de comparación. El endogrupo aporta o resalta dimensiones de comparación en las que son “diferentes pero superiores” al exogrupo.
- Redefinición de los valores adjudicados a determinadas dimensiones. Los integrantes del grupo reconvierten los atributos considerados negativos por el exogrupo para redefinirlos en positivos.
- Cambio del exogrupo en comparación. Se trata simplemente de buscar un nuevo exogrupo de comparación que resulte más favorable.

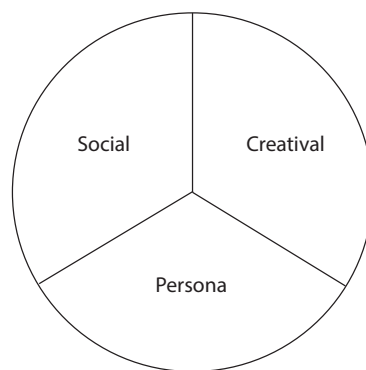
Ambas perspectivas teóricas tienen estrecha relación, pues hacen referencia a la forma en que los grupos en una sociedad emplean la creatividad para fortalecerse como tales y, por ende, también en lo individual, de modo que la creatividad social hace referencia a la aportación de soluciones muy particulares, novedosas y con valor social, principalmente, frente a problemas en un contexto específico. Asimismo, implica diversas soluciones posibles del análisis desde la psicología social. Consiste en observar,

analizar, saber identificar problemas, lo cual es algo muy creativo; posteriormente se busca generar diversas soluciones posibles, variedad de ideas, compararlas y aplicarlas para evaluar las más efectivas y encontrar aquella que resuelva de forma más pertinente la necesidad social que se esté presentando. Obviamente, para la identificación de problemas y la búsqueda de soluciones posibles es preciso el fomento y la práctica de la creatividad individual, sólo entonces será posible socializarla, difundirla y culturizarla, de modo que todo individuo sepa identificar problemas propios como consecuencia de reconocer los problemas sociales, y viceversa. Es importante aprender a identificarlos, analizarlos, determinar sus principales causas y considerar las consecuencias de los mismos.

A partir de la convivencia con el medio, de su interrelación e interacción en diversos contextos comenzará a planear la solución de los problemas a través de metodología creativas, de éstas surgirán estrategias, técnicas y tácticas, así como actividades elaboradas en y para la creatividad.

Todos estos procesos que acabamos de mencionar se retomarán más adelante, en un apartado específico sobre los sistemas en general, y los sistemas creativos en particular. Entonces expondremos cómo a partir de ellos la gente puede ir vivir de forma creativa al pertenecer a un grupo de cohesión con un enfoque centrado en todo lo relacionado con la creatividad propia y de su entorno.

IMAGEN 25. *Creatividad social.*



FUENTE: Elaboración propia.

4.2.4 *La creatividad como valor social*

Desde todos los tiempos han existido problemas en las diversas sociedades. Muchos de ellos tienen sus bases en cuestiones de poder, políticas, gubernamentales y de dinero; son problemas entre civilizaciones y culturas, entre países y continentes. Para atenderlos, así como a los subproblemas que de ellos se derivan, se requiere la intervención de la psicología, propiamente de la psicología social; más específicamente, de la creatividad social. Como se dijo, se trata de una creatividad no individual, escolar o empresarial, sino de una creatividad más amplia, con una visión general y al mismo tiempo específica, en donde se generen proyectos de intervención más ambiciosos, que involucren tanto a individuos como a autoridades, profesionistas y obreros. De la Torre, se refiere a la creatividad como un bien social de carácter alcéntrico, ético, poliédrico, problemático y paradójico (De la Torre, 2003).

1. La creatividad es un bien social, una decisión y un reto de futuro. Fomentar la creatividad es apostar por un futuro de convivencia y tolerancia. Aquellas sociedades y organizaciones que descuiden el estudio y desarrollo de la creatividad, que no promuevan la iniciativa y la cultura emprendedora entre las jóvenes generaciones, se verán sometidas a países de mayor potencial creador.
2. Carácter alcéntrico. Una de las consecuencias conceptuales del carácter social de la creatividad es que no termina en uno mismo, que la generación de ideas o actuaciones ha de orientarse a una mejora. Su finalidad última no reside en el sujeto ni en el proceso, sino en el medio social que la condiciona y se beneficia de la misma. La autosatisfacción es un hecho concomitante, pero el punto nodal implica qué se hace con esa energía potencial. De ahí la afirmación de que la “creatividad es hacer algo nuevo y valioso para beneficio de los demás”.
3. Carácter ético y constructivo. Si en los inicios de su estudio estaba fuertemente vinculada a la imaginación y posteriormente al carácter novedoso, hoy, al destacar su vertiente social estamos implícitamente reconociendo su carácter ético. En consecuencia, aquellas ideas, creaciones o productos que sean contrarios a los valores de la colectividad que los sanciona pueden ser originales, novedosos,

ingeniosos, sorprendentes, pero no necesariamente creativos. No estamos restringiendo cualidades de la persona, del proceso o el entorno, sino añadiendo un criterio de valor a los resultados. De hecho, el ámbito al que se refiere Csikszentmihalyi en sus investigaciones, no es sino la comunidad que filtra y controla a calidad de las ideas para ser calificadas o no de creativas. En esos filtros o criterios hay componentes axiológicos, ideológicos, éticos, además de técnicos.

4. La creatividad es poliédrica. El carácter interdisciplinar de la creatividad no es nuevo. Lo nuevo será conseguir que neurólogos, psicólogos, sociólogos, filósofos y educadores, entre otros, converjan en proyectos interdisciplinarios. La especialidad de los campos favorece la profundización de ciertos conocimientos, pero obstaculiza el abordaje interdisciplinar de la creatividad por cuanto cada uno trata de verla desde su ámbito específico. La creatividad es un fenómeno poliédrico, con infinitud de perspectivas, al igual que la comunicación.
5. La creatividad se alimenta de problemas. Desde los primeros estudios se ha venido vinculando la creatividad a la solución de problemas. Con ello se intenta transmitir que el inicio del proceso creativo se instala en el cruce de la motivación personal, el entorno social y el problema como estimulador. La creatividad no es sólo la capacidad de resolver problemas, sino que se alimenta de ellos.
6. La creatividad es paradógica. Se trata de una visión personal de la creatividad con una enorme trascendencia social, que tiene su justificación en la necesidad intrínseca del ser humano de buscar caminos nuevos cuando pierde los conocidos. Entonces toca fondo y recurre a esa dimensión oculta que es la creatividad, relegada de la conciencia por la comodidad de lo conocido cuando no precisaba de ella. La creatividad no es gratuita, representa un reto para uno mismo y para quienes nos rodean. Lo cómodo es hacer lo de siempre, lo creativo es buscar lo nuevo.

Se concluye, pues, que la creatividad social es necesaria, imprescindible para el desarrollo de individuos, familias, grupos de pertenencia, sociedades, países y naciones. La creatividad social otorga un beneficio individual así como un beneficio para la humanidad, por lo tanto es preciso aplicar-

la y culturizarla, ello conduciría a mejorar en todos los niveles, se formarían sociedades competentes y, por ende, creativas.

4.3 CREATIVIDAD EDUCATIVA

Si no somos capaces de comprender el funcionamiento del pensamiento creativo, difícilmente podemos esperar que nuestro sistema educativo forme individuos creativos.

R. ROOT-BERNSTEIN Y M. ROOT-BERNSTEIN

Una de las áreas donde más claramente se debe conocer, practicar y fomentar la creatividad, es justamente en el ámbito de la educación. Dentro del proceso educativo todos los actores deben desarrollar su creatividad, sobre todo la de los educandos. El docente es quien principalmente debe promover su potencial en la programación de sus asignaturas y clases, plantear objetivos con enfoque en y para la creatividad, fomentar en sus discentes la imaginación, el entusiasmo por la elaboración de proyectos, por la investigación y la creación de cosas novedosas y con valor educativo y social. Sin embargo, es preciso aclarar que cuando se habla de la creatividad educativa no se hace referencia a pretender implementar alguna materia con temas y subtemas relativos a está. Si bien es de suma importancia conocer el concepto de la creatividad, así como sus diversas formas de aplicación en lo referente a la metodología, es importante también que se capacite al personal docente para identificar la forma de abordarla en cualquier nivel educativo y en cualquier profesión. Al respecto, Romero (2001) establece que la creatividad es base importante y fundamental de la educación; no una ramificación, no solo debe verse como una asignatura, sino como un componente principal de la metodología en el proceso de enseñanza-aprendizaje así como en el proceso educativo.

Algunos planteamientos consideran que la creatividad es innata, mientras que otros mencionan que es posible enseñarla, que debe ser estimulada para su desarrollo y que su presencia es fundamental para forma al ser humano. Una de estas aportaciones corresponde a González Quintián (2006), quien expone incluso los escenarios de la creatividad, como es el

caso de las instituciones educativas en cualquiera de sus niveles, en donde se construye el conocimiento:

Se plantea la creatividad y la educación como la mejor estrategia de que dispone el ser humano para el desarrollo, dimensiones que pueden ser fortalecidas en cualquier individuo a niveles significativos dentro de un entorno y clima enriquecido e intencionado. La creatividad no es innata. Requiere de la educación y la experiencia para ser desarrollada (p. 206).

4.3.1 El valor de la creatividad en la educación

Se ha hecho referencia a dos elementos que componen la creatividad, a falta de una definición única. Es decir que todo aquello que sea considerado o evaluado como creativo debe ser tanto innovador como valioso, y por supuesto que se requiere de ambos. Cuando se habla de educación se remite al momento áulico del individuo dentro de una institución educativa, aunque educación también engloba aquella no escolarizada, la que el individuo recibe en su familia, de su contexto, de los medios de comunicación y en todo contexto en el que se desenvuelva. En este caso, se hará referencia a la educación en los diferentes niveles educativos, en donde el individuo desde pequeño va aprendiendo actividades, estrategias, metodologías, conceptos y teorías (en el caso de los niveles más avanzados). Dentro de esta institución el individuo va teniendo transformaciones en lo personal y en lo educativo, transformaciones con las que puede ayudar a su entorno. Comienza a ser creativo desde niño, y no deja de serlo cuando es joven ni cuando es adulto.

De la Torre (2006) plantea la creatividad en la educación como una espiral de las cuatro orientaciones de la creatividad: persona, proceso, ambiente y comunicación (resultado), desde el pensamiento complejo. Para el autor, esta espiral, junto con los componentes específicos en el ámbito educativo en cualquiera de sus niveles, propone una imagen integradora y comprensiva de lo que significa la creatividad en la educación.

IMAGEN 26. *Espiral de las cuatro orientaciones de la creatividad.*

FUENTE: Elaboración propia

Esta consideración nos lleva a analizar hasta dónde las instituciones educativas consideran tan siquiera la creatividad de forma implícita en reformas educativas, en sus planes curriculares o en la formación docente. Éste debe considerar a la creatividad en todo su proceso de educación, en donde la plasme en sus planes y programas, en sus objetivos y sobre todo en las evaluaciones. La creatividad debe plantearse no solamente hacia el enfoque de las artes, sino dentro de todo proceso de aprendizaje en los estudiantes, en todo nivel educativo y en toda formación educativa. Para que exista una creatividad educativa, es preciso una creatividad social, pues a partir de las demandas sociales, se generan las acciones en la educación; los problemas identificados en la sociedad motivan estrategias creativas. Incluso puede haber un aporte constante y continuo entre ambos, sociedad y creatividad pues una sociedad creativa genera una educación creativa y viceversa.

Es por ello que se habla del valor de la creatividad y, en este caso, del valor en la educación. De ésta última surgen, a partir de sistemas educativos, modelos educativos, de los cuales derivan los programas curriculares y los modelos de enseñanza, así como las estrategias del docente para que los discentes aprovechen estos conocimientos al ser educados en y para la creatividad. En este contexto valorar la creatividad para que sea apreciada como tal, comienza por su conceptualización, para lograr su comprensión a través de actividades que impliquen la innovación y lo valioso. De esta forma se evita limitar la creatividad a las artes o a las manualidades, así como el pancretismo, el llamar creatividad a cualquier cosa o producto, sin el rigor científico, técnico o metodológico que la disciplina requiere.

4.3.2 *Creatividad en la educación*

Una vez que se tiene claro qué es la creatividad, su teoría y las múltiples áreas de aplicación, estamos en condiciones de implementarlo en todos los niveles educativos, aplicarlo desde la primera infancia hasta la tercera edad:

- **Creatividad en la educación preescolar:** educar al niño a encaminar su creatividad hacia el bien personal y común, pues el niño por naturaleza es creativo, soluciona sus problemas de una forma tan sorprendente que refleja su gran potencial. En palabras de Madrid Vivar (2006): “La creatividad en el niño comienza cuando, por primera vez, él hace una relación que no tenía hecha previamente” (p. 246). Aunque su creatividad no es la misma que la de un gran creador, sí es preciso estimularla para un excelente desarrollo, aprovechar su creatividad en los juegos, su capacidad para mentir de forma tan fácil y encaminar esa capacidad a aspectos más productivos.
- **Creatividad en la educación primaria:** una vez que se educó al niño en edad preescolar y que el niño se ha familiarizado con la solucionar los problemas, con disfrutar y aprovechar su imaginación, toca ahora aplicar su creatividad en escenarios que requieren la conjugación de esta con las ciencias y áreas pertinentes en la educación primaria, como matemáticas, ciencias sociales, ciencias naturales, español, formación cívica y ética, educación artística, geografía e historia. Su contenido teórico se vierte en la práctica mediante la creatividad, mediante la elaboración de proyectos e investigaciones. Entonces el modelo educativo y el modelo de enseñanza deben centrarse en la creatividad, generando estrategias innovadoras que sustituyan los métodos tradicionales o incluso las formas de evaluación teórica y memorística, pues éstas no llevan al niño a enfrentarse a problemas reales de su entorno.
- **Creatividad en la secundaria y preparatoria o bachillerato:** el proceso de la adolescencia y de la pubertad implica cambios tanto físicos como emocionales. Se requiere, pues, estrategias acordes a las características y al proceso natural de los alumnos en esta etapa. El adolescente es persistente, tenaz, de gran energía, aunque también puede presentar episodios de soledad, de inconformidad e incluso

revelarse contra las figuras de autoridad. Por ello es preciso crear estrategias que los inviten a participar, a crear, a proyectar, considerando su potencial en la percepción y en la imaginación. Su capacidad crítica los puede llevar a buscar la perfección en sus trabajos o despertar su curiosidad en la investigación, en donde puede ser generadora de conocimiento y promotora de solución de problemas, comenzando por los propios.

- Creatividad en la enseñanza universitaria: a esta edad, el joven universitario se encuentra en un punto nodal. Está en la transición hacia una formación consolidada en un área específica, a lo largo de la cual se apropia de teorías, metodologías y ciencias que le ofrecen la posibilidad de aportar innovaciones tanto a la disciplina que estudia como a la sociedad. La creatividad en este nivel debe ver al joven como un ser humano integral, plena identidad en cuanto a sus pensamientos y sentimientos, y cada vez más complejo en cuanto a su creatividad. El docente universitario debe considerar el aprendizaje autónomo de los estudiantes; el proceso de enseñanza-aprendizaje no se centra ya en un modelo tradicional, sino en un modelo basado en competencias de un orden superior. En consecuencia de fomentar el desarrollo de emprendedores y creativos que puedan insertarse al campo laboral, con una visión no sólo de buscar trabajo, sino de generarlo. De este modo, donde podrá ser creativo de distintas formas y todo con miras a promover la creatividad en su sociedad.
- Creatividad en la tercera edad: si la creatividad, desde su estudio y como objetivo específico en la sociedad, no es concebida en muchos niveles educativos, menos lo es para las personas de la tercera edad. Se considera que ellos pierden todo tipo de habilidad desarrollada y ejercida a largo de su vida, que ya no es posible desarrollar ninguna capacidad y mucho menos la creatividad. Sin embargo, si ésta fue estimulada y aprovechada desde la infancia, practicada durante la enseñanza primaria, replanteada en la educación en la adolescencia y fortalecida y delimitada en la educación universitaria, entonces la persona de la tercera edad tendrá aún más posibilidades de practicarla, pues son personas con amplia experiencia y aprendizaje, que mucho puede, aprender aún en esta etapa de su vida. La psicología educativa ha ampliado su campo de acción y comienza a enriquecer la metodología para la educación continua en las personas de la

tercera edad. Si consideramos que la creatividad es innata, entonces este potencial aún se encuentra en ellos. Si consideramos que no es innata sino que se enseña, entonces con mayor razón debemos ampliar la teoría, la metodología, las estrategias, técnicas y tácticas para las personas de la tercera edad; adecuarlas, adaptarlas y, sobre todo, crearlas, por parte de docentes especializados en este nivel educativo. La idea es continuar con la educación de la creatividad para generar nuevos horizontes acordes a su edad, pues:

Los proyectos dan sentido a la vida. Nos mantienen orientados a un futuro mejor y consolidan la vivencia de que vale la pena vivir. Viejo es el que ya no hace proyectos. Hoy más que nunca, para el anciano la creatividad es la tabla de salvación (Rodríguez Estrada, 2006, p. 298).

Se concluye entonces que, sobre todo para las personas de la tercera edad, se debe hablar del valor de la creatividad, pues no podemos considerarlos como personas incapaces de aprender nuevos conocimientos o de continuar creando. Se pueden incluso promover acciones, estrategias y actividades dirigidas a personas que viven en los asilos de ancianos o en centros de reuniones para personas en sus condiciones. Incluso es posible diseñar convocatorias para que generen proyectos, para personas en sus mismas condiciones.

4.4 CREATIVIDAD Y SALUD

Dad al hombre salud y metas a alcanzar y no se detendrá a pensar sobre si es feliz o no.

GEORGE BERNARD SHAW

4.4.1 La salud

Para hablar de creatividad y salud se hará preciso mencionar qué entendemos por salud y psicología de la salud para posteriormente abordar el tema principal. La palabra salud viene del latín *salus-ūtis*, de la cual se hará una revisión breve de algunas definiciones. Para el tema que interesa en este apartado, se recurre al Diccionario de la Lengua Española, RAE (2014):

- Estado en el que el ser orgánico ejerce normalmente todas sus funciones.
- Conjunto de las condiciones físicas en que se encuentra un organismo en un momento determinado.
- Libertad o bien público.

Las funciones a las que se refiere son las físicas y psicológicas, principalmente, un estado de bienestar y óptimas condiciones de un organismo, para nuestro caso, el ser humano. De igual manera, la salud implica un equilibrio en su funcionamiento el cual puede sentir la persona o bien es identificado a través de algún diagnóstico. La Organización Mundial de la Salud (OMS) definió en 1946 la salud como “un estado de completo bienestar físico, mental, y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”. Asimismo:

[...] de cara a la meta “Salud para todos en el año 2000”, matiza su clásica definición proponiendo como objetivos que los habitantes de todos los países tengan un nivel de salud suficiente para que puedan trabajar productivamente y participar activamente en la vida social de la comunidad donde viven (Acevedo, Martínez y Estario, 2007, p. 17).

La salud es un aspecto de suma importancia que debe promover en sí toda persona, tanto en lo físico, psicológico, como en lo social, pues estos tres aspectos se complementan entre sí. Para atender la parte física es indispensable acciones de alimentación sana y balanceada, higiene corporal, dormir las horas adecuadas según la edad y la atención médica oportuna. Para la salud psicológica es importante atender las relaciones interpersonales, la comunicación, promover la creatividad, atender la angustia, el estrés y la depresión. Por último, para cuidar la salud social es preciso garantizar la educación para todos los individuos, fortalecer la seguridad de los habitantes, aumentar el empleo, erradicar la pobreza, proveer todos los servicios de necesidades básicas y, sobre todo, ejercer el derecho a la salud médica y psicológica.

4.4.2 *Psicología de la salud*

Una vez que hemos expuesto qué es la salud, corresponde hacer un análisis propio de ella en lo físico, lo social y, sobre todo, en lo psicológico. La salud de una persona depende por igual de la interpretación de su entorno, de los hábitos que tiene, de sus actitudes ante la vida y la forma de controlar sus emociones. La psicología de la salud se enfoca en atender y promover la salud y el tratamiento de trastornos de la personalidad, mediante acciones preventivas y correctivas, pues los determinantes de la salud no son sólo atenciones en lo biológico, sino también en lo emocional, actitudinal, cognitivo y conductual.

Oblitas Guadalupe y Becoña Iglesias (2000) hacen referencia a áreas relacionadas con la psicología de la salud, dentro y fuera de ésta: la medicina comportamental, la salud comportamental, la psicología clínica, la medicina psicosomática, la psicología médica, la psicofisiología experimental, la sociología médica y la antropología médica. Para estos autores, la psicología de la salud:

Es el agregado de las contribuciones educativa, científica y profesional de la disciplina de la psicología para la promoción y el mantenimiento de la salud, la prevención y tratamiento de la enfermedad y la identificación de los correlatos etiológicos y diagnósticos de la salud, la enfermedad y disfunciones relacionadas (p. 25).

Como se puede ver, en esta definición se hace referencia a la promoción y mantenimiento de la salud. El caso de la psicología, se hace alusión a la salud mental, ese bienestar que busca todo ser humano tratando de obtener una estabilidad emocional en todas las etapas de la vida, desde la niñez hasta la tercera edad, principalmente para enfrentarse a las adversidades, atender la salud física, las relaciones personales productivas y alcanzar el potencial. A continuación, se presenta una breve mención sobre la definición actual de la salud mental y su conexión con la creatividad.

4.4.2.1 *Salud mental*

Constantemente se habla de salud mental sin tener una idea precisa de lo que es, lo que comprende o implica. El principal referente que se tiene

sobre la definición de salud mental, ofrece la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2018) que la define como:

Un estado de bienestar en el cual el individuo es consciente de sus propias capacidades, puede afrontar las tensiones normales de la vida, puede trabajar de forma productiva y fructífera y es capaz de hacer una contribución a su comunidad (párrafo 1).

Cuando se hace el señalamiento de ser consciente de las propias capacidades, de afrontar tensiones de la vida, de trabajar de forma productiva y hacer una contribución a la comunidad, podemos encontrar estrecha relación con algunas de las aristas de la creatividad, pues ésta se concibe como la identificación de problemas personales y de su entorno así como la solución de los mismos. También es considerada como un valor individual y social, y debe ser considerada por el individuo como una capacidad inherente al ser humano (Ortega Neri, 2014), que forma parte de las características de aquéllos con una adecuada salud mental.

4.4.3 Creatividad y salud

Como se ha mencionado, la creatividad es considerada un bien personal y social, una capacidad inherente al ser humano que permite un crecimiento personal, así como un bienestar, al igual que la salud. A partir de la creatividad, de su desarrollo y, por ende, de su conversión en una habilidad, se consigue generar una apertura mental hacia la identificación de problemas y la posibilidad de dar solución a los mismos en pro de la salud propia; mediante ella, se aspira a una apertura mental para innovar, aceptar cambios sociales y personales, investigar y experimentar, aprender nuevos conocimientos, generar un sentido de servicio (algo tan benéfico para la salud), y sobre todo, desarrollar conciencia del bien social que provoca la creatividad.

Posada Díaz, Gómez Ramírez y Ramírez Gómez (2005) refieren los puntos de intersección de la salud con las metas del desarrollo humano integral y diverso: la autoestima, la autonomía, la felicidad, la solidaridad y por supuesto, la creatividad.

- La salud y la autoestima: constituye en una motivación permanente para la construcción de la salud.
- La salud y la autonomía: gobernarse a sí mismo es avanzar al camino de la autorrealización, lo que conlleva a una búsqueda del bienestar. La relación entre se subdivide en biológica, cognoscitiva, afectiva y social.
- La salud y la felicidad: si la salud es bienestar, la realización del potencial humano, la sensación subjetiva placentera del pleno ejercicio de la vida, entonces la felicidad tal vez sea la meta que más se parece al concepto de salud.
- La salud y la solidaridad: la solidaridad es lo mejor de la humanización y esta se expresa en la salud integral, entonces el concepto de bienestar psicosocial adquiere mayor solidez.
- La salud y la creatividad: la creatividad, entendida como la búsqueda de alternativas a problemas planteados, tiene su aplicabilidad práctica y efectiva a la problemática de la salud, ya sea en su mantenimiento o en su recuperación. La *recursividad* o creatividad para aclarar la estructura causal del fenómeno de la salud o enfermedad facilitará la selección de actividades de promoción, prevención, curación y rehabilitación en salud.

El ser humano creativo y las comunidades creativas tienen un mayor acceso al desarrollo, el cual propicia mejor calidad de vida, bienestar y salud. Por tanto, educar para la creatividad es también educar para la salud (Posada Díaz, Gómez Ramírez y Ramírez Gómez, p. 95).

A propósito, educar en y para la creatividad impulsa al ser humano a promover su salud integral, pues busca tener una mejor calidad de vida, una óptima relación consigo mismo y con su entorno, de acuerdo con la OMS. Ésta define la calidad de vida como la percepción que una persona tiene de sí misma, de su situación de vida en relación con su contexto, su cultura, su sistema de valores, la sociedad en la que vive, considerando también sus objetivos, aspiraciones y ocupaciones. Educar en y para la creatividad es educarse para la salud, por tanto, implica una estrecha relación y complementariedad entre estos dos elementos de la vida de un ser humano.

4.4.4 Creatividad y salud mental

Ya desde finales del siglo XIX se establecía una relación entre la creatividad y la salud mental. Cesare Lombroso realizó estudios sobre el genio y esta última, sin embargo, él consideraba que los logros de los genios se debían a una desviación de la conducta ordinaria. En la actualidad la línea es referir a la creatividad como un beneficio para la salud mental del ser humano. Winnicott (citado en Hernández Leyva, 2015) establece que hay dos formas de vivir la vida. La primera es vivirla de forma creadora, que implica un estado saludable; la otra es establecer un estado de acatamiento con la realidad, con un nivel de exigencia y adaptación, lo que en términos psiquiátricos se reconoce como una enfermedad. Este acatamiento implica:

- Un sentimiento de inutilidad en el individuo.
- Se vincula con la idea de que nada importa y que la vida no es digna de ser vivida.
- Muchos individuos sienten que están atrapados en la creatividad de algún otro (o de alguna máquina).

Winnicott también hace referencia al *espacio transicional*, que es el espacio intermedio entre la realidad y la fantasía. El sujeto que se apega de manera firme a la realidad de su entorno termina coartando su creatividad con una conducta neurótica; por su parte, el que se sitúa sólo en la fantasía pierde el contacto con la realidad. En cambio, según este autor, el sujeto sano será quien sea capaz de situarse en este espacio transicional en el que se despliega la creatividad. Por otro lado, para estos autores el juego, es el vehículo de la creatividad, es decir, en el juego tanto el niño como el adulto, como individuos, son capaces de ser creativos, así como de usar el total de su personalidad; sólo al ser creativo uno se descubre a sí mismo.

Hernández Leyva (2015) presenta los indicadores de *la hora de juego diagnóstica*. Esta técnica supone un proceso, es decir un inicio, un desarrollo y un fin, y se puede utilizar dentro del proceso psicodiagnóstico en un infante, donde se utilizan materiales, juguetes y elementos de fácil alcance para los niños. En esta técnica, el rol del psicólogo es directo, observa y se implica; cada sesión tiene un tiempo de trabajo pautado y otro de juego libre. El objetivo es trabajar sobre pensamientos y sentimientos del

niño para que busque la comprensión de sí mismo (Ortigosa Quiles, Méndez Carrillo y Riquelme Marín, 2014). Los indicadores de la hora de juego muestran a la creatividad como una característica propia de la personalidad normal, es decir que mantiene una estrecha relación con la salud mental, lo cual significa una gran diferencia en comparación con la personalidad psicótica y neurótica. Esto se describe a continuación en el imagen 27.

IMAGEN 27. *Indicadores de la hora de juego diagnóstica.*

	<i>Psicótico</i>	<i>Neurótico</i>	<i>Normal</i>
Adecuación a la realidad	Carece de adecuación por falta de discriminación de la realidad como tal	Reconocimiento parcial; escotomas en función del conflicto	Buena capacidad de adaptación
Elección de juguetes y del juego	Responde a una intencionalidad de estructuración psicótica	Determinado por el área conflictiva	En función de necesidades e intereses propios de la edad
Capacidad simbólica	Ecuación simbólica. Actuación directa de las fantasías	Compulsión de la repetición	Posibilidad de expresar las fantasías a través de la actividad simbólica con mayor riqueza
Modalidad del juego	Esteriotipia-perseverancia-rigidez, etcétera	Alternancia en función de las defensas predominantes.	Rico-fluido-plástico
Motricidad	Movimientos o gestos bizarros, cambios bruscos sin relación con el contexto Inhibición-autismo	Variable	Adecuada
Creatividad	No existe	Producción disminuida	Buena en función de su libertad interna.
Personificación	Personajes crueles y terroríficos con gran carga de omnipotencia	Personajes más cercanos a la realidad	Mayor fluidez, intercambio de roles
Tolerancia a la frustración	Predomina el principio del placer	Bajo umbral o sobreadaptación	Capacidad de tolerar, modificación de la realidad sin sometimiento

FUENTE: Hernández Leyva, 2015.

En esta línea, Moreno (en Hernández Leyva, 2015) creó la técnica del psicodrama, que definió como un método para sondear a fondo la verdad del alma a través de la atracción. Él buscaba la espontaneidad mediante la creatividad, ya que la primera despierta la creatividad dormida; consideraba que un espontáneo y creativo es un individuo sano. El psicodrama y sus métodos complementarios son medios para el fomento de la creatividad en individuos y en grupos, y sobre todo se promueve en la esfera social. Para Moreno, la espontaneidad es un proceso físico, mental e interpersonal que conduce más eficazmente a la creatividad, pues un proceso creativo implica cierto grado de desenfado, soltura y una actitud juguetona (Blatner, 2005).

4.5 CREATIVIDAD Y PERSONALIDAD

La persona creativa está dispuesta a vivir con ambigüedad. No necesita problemas resueltos de inmediato y puede darse el lujo de esperar las ideas correctas.

ABE TANNENBAUM

4.5.1 Personalidad

La palabra personalidad viene del griego *prosopon*, que significa “máscara teatral”, del etrusco *persum* (cabeza o cara), o del latín *personalitas*, que se refiere a las máscaras que los actores usaban en las representaciones teatrales. Ha sido un concepto que, al igual que la creatividad, ha sido definido por diversos autores durante varios años, desde la perspectiva de los sentimientos, emociones, valores, temperamento, potencial o incluso desde la cognición. Todo ello configura los comportamientos de las personas y su relación con los demás en sus diversos contextos. La personalidad se ha considerado como patrones de conductas consolidadas reflejadas en las respuestas concretas en los distintos tiempos y lugares de convivencia del individuo.

El Diccionario de la Real Academia Española, en su 23ª edición, presenta las siguientes definiciones:

- Diferencia individual que constituye a cada persona y la distingue de otra.
- Conjunto de características o cualidades originales que destacan en algunas personas.
- Persona de relieve, que destaca en una actividad o en un ambiente social.
- Inclinação o aversión que se tiene a una persona, con preferencia o exclusión de las demás.
- Dicho o escrito que se contrae a determinadas personas, en ofensa o perjuicio de las mismas.

Obviamente estas definiciones son concretas, simples, para tener una idea pronta y general de lo que es la personalidad, pero se requiere un conocimiento más elaborado y desde teorías de disciplinas científicas. Se han construido definiciones desde la filosofía, la teología, la sociología y, obviamente, la psicología. Allport, en 1973, presentó la considerada definición clásica de la personalidad: “Personalidad es la organización dinámica, dentro del individuo, de los sistemas psicofísicos que determinan sus ajustes únicos en el ambiente” (citado en Cloninger, 2003). No obstante, esta definición no ha tenido, como muchas otras, una aceptación universal, pues contiene aspectos que no han sido aceptados por muchos teóricos de la personalidad, los cuales se desglosan a continuación:

- a) Una *organización dinámica* o conjunto de procesos que integran el flujo de la experiencia y la conducta.
- b) *Sistemas psicofísicos*, que representan tendencias y capacidades básicas del individuo.
- c) *Forma característica de pensar y comportarse*, como hábitos, actitudes o, en general, adaptación peculiar del individuo a su entorno;
- d) *Influencias externas*, incluyendo tanto la situación inmediata como las influencias sociales, culturales e históricas.
- e) La *biografía objetiva*, o cada acontecimiento significativo en la vida de cada uno.

- f) El *autoconcepto*, o el sentido del individuo de quién es él (Bermúdez Moreno, Pérez-García, Ruiz Caballero, Sanjuán Suárez y Rueda Laffond, 2013).

Para considerar elementos en la definición de la personalidad, se toma en cuenta la consistencia de rasgos pertenecientes a ella, ciertas conductas, hábitos, respuestas ante situaciones, acciones latentes en diversos momentos, pensamientos, sentimientos, elementos dinámicos de características individuales, patrón de actitudes, así como la representación que la persona tiene de sí misma. Por último, la psicología de la personalidad la define como:

[...] forma de pensar, percibir o sentir de un individuo, que constituye su auténtica identidad, integrada por elementos de carácter más estables (rasgos) y elementos dinámicos (cognitivos y afectivos), más vinculados con la situación y las influencias socio-culturales, que determinan la conducta del individuo, así como los nuevos productos cognitivos, motivacionales o afectivos que entran en juego en la determinación de la conducta futura (Bermúdez Moreno *et al.*, 2013).

Una vez que se tiene una definición concreta de la personalidad, toca ahora considerar estos elementos en una personalidad creadora, cómo sería ésta en su forma de pensar, en su sentir creativo, en su identidad persona con potencial creador. Todo esto se verá a continuación desde diferentes autores.

4.5.2 *Creatividad y personalidad*

Toda persona puede ser creativa en mayor o menor medida, de una u otra forma, en uno y otro contexto, pero toda persona es creativa. Múltiples la han definido como una característica genética, un potencial, una habilidad, un elemento educable o que se aprende mediante programas de entrenamiento para formar a una persona creativa. Albertina Mitjans Martínez (citada en Núñez Sacaluga, 2019) conceptualiza la creatividad como un proceso complejo, subjetivo, una novedad y un valor, características propias de un individuo en su situación social. En su libro *Creatividad*,

Personalidad y Educación, sustenta que los componentes psíquicos cognitivos y afectivos que son propios de la creatividad son procesos del hallazgo, de la novedad, del valor original, que surge de necesidades de la sociedad vinculadas con esos mismos aspectos cognitivos y afectivos propios de la personalidad de un individuo. De esta manera, durante el proceso de la creatividad, surgen características propias de éste, las cuales determinan el comportamiento creativo que se expresa a través de su personalidad. Esta autora considera cinco elementos fundamentales del carácter de una personalidad creativa (Núñez Sacaluga, 2014):

1. El vínculo de lo afectivo y lo cognitivo como célula esencial de la regulación del comportamiento.
2. La creatividad asociada a diversos elementos estructurales de la personalidad como las formaciones psicológicas motivacionales.
3. La creatividad asociada a la presencia de importantes indicadores y expresiones de la personalidad.
4. La creatividad asociada a la distinción conceptual entre las categorías sujeto y personalidad.
5. La creatividad como expresión de configuraciones psicológicas específicas que constituyen variadas formas de manifestación sistémica y dinámicas de los elementos estructurales y funcionales de la personalidad (pp. 55-56).

Por su parte, Mihaly Csikszentmihalyi (citado en Núñez Sacaluga, 2014), referente importante en la psicología de la creatividad, propone una clasificación de diez rasgos que caracterizan a una persona creativa, aunque aclara que no se dan todas las características en una sola persona:

1. Las personas creativas tienen mucha energía física, sin embargo, suelen gustar del reposo silencioso.
2. Quienes son creativos suelen ser inteligentes a la vez que ingenuos, simultáneamente.
3. La gente creativa combina juego o disciplina, responsabilidad e irresponsabilidad.
4. Las personas creativas alternan entre la imaginación y la fantasía y un arraigado sentido de la realidad.

5. Las personas creativas suelen ser extrovertidas e introvertidas a la vez.
6. Un creativo suele ser humilde y orgulloso al mismo tiempo.
7. Las personas creativas, en cierta medida, escapan a los rígidos estereotipos de género.
8. Ser creativo es ser a la vez rebelde y conservador.
9. La mayoría de las personas creativas son muy apasionadas de su trabajo, sin embargo, pueden ser muy objetivas sobre él.
10. La apertura y la sensibilidad de los seres creativos a menudo los exponen al sufrimiento y al dolor, aunque también, a una gran dosis de diversión.

Por su parte, Ricarte Bescós (2000) establece que los elementos de una personalidad creativa pueden ser innatos o adquiridos, comunes en muchas personas o sólo en una que sea creativa; pueden ser fáciles de detectar o pueden sólo formarse a través de mucho trabajo de imaginación. Él ha elaborado un listado de características propias de una personalidad creativa:

- Las personas creativas desarrollan una actitud perceptualmente abierta y flexible, en oposición a una actitud crítica.
- Las personas creativas desarrollan una percepción intuitiva de las manifestaciones más profundas, misma que puede llegar a ser transliminal, en oposición a una actitud hipersensorial estrechamente relacionada con la realidad.
- Las personas creativas tienden a la complejidad, a la diferenciación, e, incluso, al desorden, frente a la facilidad de la simplicidad, el equilibrio y la previsibilidad.
- Las personas creativas son más independientes en sus juicios, más conscientes de sí mismas, más dominantes, en oposición a las actitudes dóciles y manejables.
- Las personas creativas se rebelan contra las limitaciones, las restricciones o la opresión, en oposición a las actitudes conformistas o condescendientes (p. 105).

Martinsen (citado en Pelayo González y Rodríguez Laguía, 2015), investigador noruego realizó un estudio a 481 personas de distintas nacio-

nalidades e identificó siete rasgos de personalidad esenciales en las personas creativas:

1. Inteligencia conectiva: personas con imaginación, lúdicas, con riqueza de ideas y comprometidas; no confunden entre realidad y ficción.
2. Necesidad de originalidad: personas que se resisten a las reglas y convenciones. Son rebeldes por querer hacer lo que los otros no hacen.
3. Motivación: personas que sienten la necesidad de enfrentarse a lo difícil, con orientación a un objetivo. Son innovadoras.
4. Ambición: estas personas tienen la necesidad de influir. Quieren atraer la atención y el reconocimiento.
5. Flexibilidad: personas que ven los diferentes aspectos de los problemas. Encuentran soluciones distintas a los demás
6. Estabilidad emocional baja: personas propensas a emociones negativas. Sufren mayores cambios en los estados de ánimo y emocionales.
7. Baja sociabilidad: personas no muy consideradas con los demás. Presentan una personalidad obstinada y encuentran fallos y defectos en las ideas y en otras personas (pp. 160-161).

En definitiva, para poder tener productos, ideas, proyectos, procesos, o investigaciones creativas es preciso una persona que las haya creado. Por su parte, ésta requiere ciertas características propias, características y constantes que la conviertan en una persona creativa, tales como el ser innovador, con valores, entusiasta, con un sentido de beneficio propio, de aportar a la sociedad y a la humanidad con creaciones innovadoras y valiosas que generen beneficios inmediatos y para el futuro.

4.6 CREATIVIDAD LABORAL

La creatividad viene de la confianza. Confía en tus instintos. Y nunca esperes más de lo que trabajas.

RITA MAE BROWN

Al ser la creatividad universal y propia del ser humano, aplicable en todo contexto para el beneficio de la sociedad, también se encuentra en el ámbito del trabajo, en el campo laboral. Antes de entrar al tema de interés en este apartado es importante introducirse al campo de la psicología laboral, disciplina derivada de la psicología que se encarga, dentro de otras cosas, de la atención en el trabajo, el reclutamiento, la selección, la aplicación de pruebas y el análisis de las actividades individuales y en colaboración de los grupos de trabajadores.

4.6.1 Psicología laboral

Una de las funciones de la psicología laboral es el estudio, el diseño y, sobre todo, la evaluación y coordinación de las actividades de trabajo de todos los involucrados, desde el personal de limpieza hasta altos administrativos. El psicólogo laboral realiza la selección y contratación de personal, la formación de los empleados, la evaluación de su desempeño, el asesoramiento profesional y la orientación sobre las formas adecuadas de trabajar, de enfrentar y solucionar los problemas. Aplica su conocimiento psicológico y estudia las formas de trabajo en las diferentes profesiones. En lo que respecta al reclutamiento y la selección de personal, se incluyen entrevistas y el diseño, aplicación e interpretación de pruebas psicométricas, dentro de las que pueden estar el Test rápido de Barranquilla (BARSIT), de Francisco de Olmo; BETA III de C.E. Kellog y N.W. Norton; Escala Weschler de Inteligencia para Adultos (WAIS) de D. Weschler; Test de flexibilidad cognitiva cambios, de N. Seisdedos; Factor G: Escala 3, de R. B. Cattell y A. K. S. Cattell; y Test de matrices progresivas Raven, de J.C. Raven (Aguilar-Morales, 2010).

La psicología laboral, además de la selección y reclutamiento, atiende rasgos del trabajador, como en la supervisión del trabajo efectivo que lo atiende como ser humano, explora su motivación intrínseca e intrínseca, la comunicación efectiva entre jefes y subordinados y las adecuadas relaciones humanas, promoviendo una calidad de vida. Esto surgió, dentro de la historia de la psicología laboral, con el pleno objetivo de proveer apoyos tanto al jefe como al empleado en los diversos trabajos, independientemente de su finalidad.

4.6.2 Psicología del trabajo

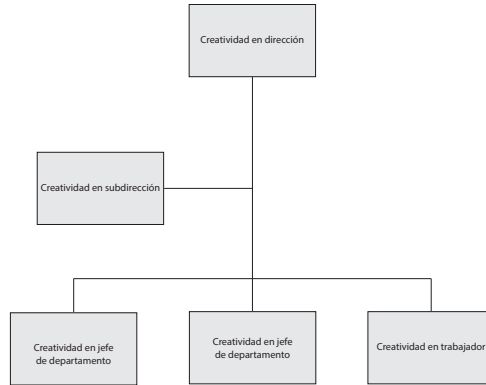
Ambas disciplinas, la psicología laboral y la psicología del trabajo, son prácticamente lo mismo, sin embargo, en algunos autores lo encontramos como el primero y en otros como el segundo. Para Alcover y otros (como se citó en Alcover de la Hera, Moriano León, Osca Segovia y Topa Cantisano, 2012) “se puede definir la psicología del trabajo como una ciencia básica y aplicada cuyo objeto de estudio es la conducta y la experiencia laboral en el triple plano personal, interpersonal y organizacional-social” (secc. 1). De igual manera, las principales funciones del psicólogo del trabajo son, al igual que la función del psicólogo laboral, de acuerdo con Olivares y González (2014) :

- Selección, evaluación y orientación profesional
- Formación y desarrollo del personal
- Marketing y comportamiento del consumidor
- Condiciones de trabajo y salud
- Organización y desarrollo de recursos humanos
- Dirección y management
- Perfil orientado al comportamiento organizacional mando medio

Una vez hecha esta breve revisión sobre qué es la psicología laboral y la psicología del trabajo, se precisa ahora conocer cómo la creatividad se aplica en este campo; cómo participa, apoya y actúa; sobre todo, el beneficio que otorga al ser practicada por todos los actores dentro de un trabajo. Recordemos nuevamente que la creatividad implica la innovación, elemento que es fundamental en las empresas; de igual manera, el valor de la creatividad es un principio básico, independientemente del producto y objetivo de la empresa o institución laboral.

4.6.3 Creatividad laboral

IMAGEN 29. Creatividad en el área laboral.



FUENTE: Elaboración propia.

La creatividad en el ámbito laboral puede ser un ejercicio importante para la productividad en el trabajo, para beneficio principalmente del trabajador. Son importantes las pláticas, la capacitación y la conceptualización de la creatividad en todos los trabajadores, incluyendo los directivos, para vivir en sintonía dentro de la empresa o institución, pues la finalidad es promover la generación de ideas o productos, la solución de problemas, la investigación y los proyectos que encaminen a la evolución de todos los integrantes. La creatividad laboral se enfoca, inicialmente, en hacia el trabajador, sin proveer una atención personalizada como en el caso de la psicología clínica. Se enfoca por igual al profesional, al administrativo, al directivo, al empleado, para que todos y cada uno de ellos pueda hacer uso de su creatividad en el trabajo, tanto para la creación de materiales, como para la solución de problemas y para la innovación.

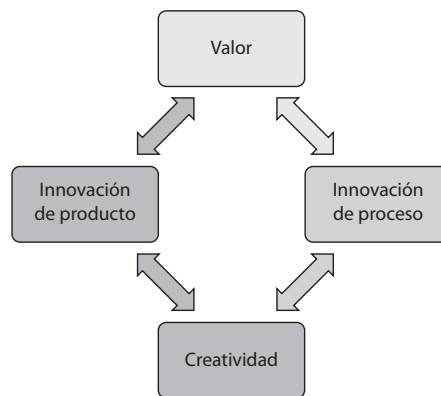
En el ámbito laboral, la calidad al trabajar es la base para el desarrollo de la economía de los países. Se requiere entrar al ámbito competitivo que exige creatividad en las actividades del individuo en todos sus contextos, pero sobre todo en el campo laboral. “Hay que prestar atención a los países y a las regiones que parece que concentran sus esfuerzos en atraer a todo tipo de personas y en fomentar la creatividad: éste es ahora el elemento clave de la competitividad mundial [...]” (Florida, 2010, pp. 24-25). Se requiere ser competitivos con los países llamados desarrollados, que son

potencias mundiales por la capacidad creativa que tienen de reponerse a problemas significativos, pues son capaces de crear tecnología en beneficio de la sociedad y de la humanidad. Todo ello se logra mediante una cultura de creatividad e innovación centrada en valores.

Cuando se habla de creatividad aplicada en diversos contextos, en este caso en el campo laboral, se hace referencia a que los jefes, gerentes, patronos, directivos o las diversas figuras de autoridad que se establezcan, conozcan, vivan, trabajen, eduquen y promuevan un ambiente de creatividad y con sus empleados o subordinados. Algunas de las aplicaciones de la creatividad, según Fernández Romero (2005) son:

- Adoptar un nuevo enfoque al considerar un problema.
- Diseñar o modificar un proceso o sistema.
- Inventar un nuevo producto o servicio.
- Encontrar nuevos usos para cosas existentes.
- Mejorar las cosas.
- Inventar o redefinir un concepto.

IMAGEN 30. Creatividad en la empresa, innovación en el producto y en el proceso.



FUENTE: Elaboración propia.

La psicología de la creatividad aplicada en el ámbito laboral promueve tanto la productividad como la competitividad en el trabajo e interviene tanto en los líderes como en los grupos. No es suficiente con ser jefe, se requiere ser un buen líder, pero sobre todo, ser un líder creativo. A su vez, el líder creativo requiere generar no sólo grupos de trabajadores, sino más

aún, grupos creativos. A continuación se comentará brevemente lo que es el liderazgo creativo y los grupos creativos, acciones fundamentales de intervención de la psicología laboral o psicología del trabajo, pero sobre todo, de la creatividad aplicada al ámbito laboral.

4.6.3.1 *Liderazgo creativo*

Una vez que estás a cargo de un grupo, ya sea de alumnos, de tesis o grupos de trabajo; en los que se requiere, además de la productividad y la competitividad, un rendimiento efectivo en donde se les considere como seres humanos más que trabajadores o máquinas productoras, y para que se logre el objetivo de la empresa o trabajo, es importante que los empleados participen con una actitud creativa en todas sus acciones: creatividad para vivir, para trabajar, para innovar, para resolver sus problemas. Para ello requieren de un líder, pero no sólo eso, sino de un líder creativo que tenga una visión más amplia, que vaya más allá de coordinar, que evidencie su potencial creativo y su gusto y fomento por la creatividad en sus grupos de trabajo. Sin un buen líder creativo, no se puede concebir a un grupo creativo.

El liderazgo creativo implica un compromiso hacia la transformación evolutiva de las organizaciones, de tal suerte que les permita enfrentar la velocidad de los cambios en los diferentes sectores productivos, económicos, sociales y culturales. En este sentido el liderazgo creativo se entiende como la capacidad del líder para diseñar escenarios futuros e integrar equipos comprometidos para evolucionar de un escenario actual percibido a un escenario futuro deseado (Albarrán Romero, 2006, p. 538).

4.6.3.2 *Grupos creativos*

Una vez que se tiene a un líder creativo, es preciso ahora que el grupo tenga toda la disponibilidad para atender las sugerencias y recomendaciones del líder creativo, identificar todos los procesos y productos de creación de éste. Los grupos son el complemento del líder para un trabajo eficaz y eficiente, con calidad, en donde la creatividad sea la línea sobre la cual se trabaje. Los grupos requieren laborar en conjunto, con un objetivo común;

en este caso, con el objetivo de la empresa, con la misión y visión de ésta, con sus objetivos y metas a corto y mediano plazo.

Los grupos no son una finalidad en sí misma, sino un medio a través del cual la satisfacción de necesidades y el crecimiento de sus miembros se favorece por múltiples razones, entre ellas: el carácter social del aprendizaje humano, la multiplicación de las relaciones interpersonales que favorecen el crecimiento, y la complementariedad y el enriquecimiento que se da entre sus integrantes, todo lo cual estimula su desarrollo (Ferreiro, 2006, p. 523).

Es así como la creatividad se aplica en el ámbito laboral, en el trabajo, en las actividades propias de la institución pero no solo eso. Una vez que tanto el empleado como el jefe o la figura de autoridad viven y trabajan con un enfoque creativo, tanto la producción, la solución a los problemas y la identificación de los mismos, a partir de la sensibilización a los problemas y la apertura mental, permitirán obtener un alto nivel de competitividad a escala internacional.

4.7 SISTEMAS, MODELOS, PROGRAMAS, MÉTODOS, TÉCNICAS Y ACTIVIDADES DE LA CREATIVIDAD

La meta principal de la educación es crear hombres que sean capaces de hacer cosas nuevas, no simplemente de repetir lo que otras generaciones han hecho; hombres que sean creativos, investigadores y descubridores.

JEAN PIAGET

4.7.1 ¿Qué es un sistema?

En este apartado veremos y estableceremos una relación entre elementos con una necesaria complementariedad en todo proceso de enseñanza-aprendizaje o en todo proceso de relación y de creación. Un sistema hace referencia a un conjunto de normas, leyes, disciplinas y procedimientos que reglamentan a un grupo de personas o elementos, a una colectividad que trabaja o funciona para un bien común, para un fin determinado, una meta específica de forma implícita o explícita. Algunos sistemas nos

rodean y a algunos pertenecemos: el sistema solar, el sistema económico, el sistema del cuerpo humano, los sistemas de información o los sistemas educativos. En el caso de los docentes, incluso son en sí un sistema de interacción con diversos componentes de la educación. Si bien existen varios más, con estos basta para tener un referente.

4.7.1.1 Sistema creativo

Una vez expuesto qué es un sistema en general, hay que aclarar qué entendemos por un sistema creativo. Si se ha hecho referencia al sistema humano, es precisamente ahí, en la persona, donde se encuentra el principal sistema de creatividad, pues posee un potencial que, al desarrollarlo, se convierte en una habilidad; todos los componentes de ese sistema, intelectuales, actitudinales, axiológicos, estarán impregnados de creatividad. Un campo donde se suele encontrar sistemas creativos es en la educación, en donde la parte administrativa, de presupuesto, contratación e infraestructura requieren un enfoque en y para la creatividad, para que todas y cada una de sus partes se complementen y adhieran sus elementos, con el fin de llegar hasta las aulas con los docentes y los discentes.

Definimos, pues, la categoría de sistema creativo como aquella disposición de elementos (materiales, formales conceptuales) interrelacionados e interactuantes, llevada a cabo de forma coherente, abierta, autónoma y con miras a la capacitación y el desarrollo del potencial creativo, valiéndose, en su funcionamiento, de estrategias flexibles, polivalentes (De la Torre, 2000, p. 38).

Este autor establece una serie de características que posee un sistema creativo, a diferencia de un sistema no creativo:

1. Coherencia: en la organización y la interrelación de los elementos, ya sean personales, formales o funcionales.
2. Apertura: al cambio, a lo nuevo, a la innovación.
3. Autonomía e independencia de funcionamiento: no hacer las cosas bajo imposición, coacción o manipulación.

4. Autorregulación y optimización: actualización en sus estrategias, métodos y técnicas, mejorar todos los recursos, tanto humanos como materiales.
5. Flexibilidad y adaptación: hace referencia a la adecuación a los diversos contextos, pues si un modelo es creado para un grupo específico, es posible su modificación o transformación de acuerdo a las necesidades o características del grupo.

Para que un sistema sea y continúe siendo creativo, pues, se requiere la, flexibilidad en su configuración de movimiento, que no sea estático en su finalidad, metas y objetivos, con la posibilidad de cambiarlos según se presenten necesidades o según se enfrente a problemas, así como a su actividad constante.

4.7.2 ¿Qué es un modelo?

Un método puede definirse en términos sencillo como un modelo; esto es, como un prototipo, arquetipo, un molde o patrón a seguir conforme a sus características y cualidades; una pauta posible de emular pero con posibilidad de adaptación, de acuerdo a las necesidades del contexto en donde se requiera aplicar. Así como en los sistemas, en el caso de los modelos existen diversos tipos: científicos, atómicos, de negocios, matemáticos, estadísticos, educativos, sanitarios y, ahora, la propuesta de modelos creativos.

4.7.2.1 Modelo creativo

Un Modelo en creatividad o un modelo creativo se plantea precisamente como un ejemplo a seguir, el cual está caracterizado por su flexibilidad y por tener, sobre todo, un enfoque en y para la creatividad de todas las personas que componen un sistema. Algunos ejemplos de modelos creativos son:

- Modelo Montessori: centrado en el desarrollo de los niños a partir de actividades que promuevan su libertad de acción, su libertad de decisión, tan característico de la creatividad, promoviendo la socialización y la tolerancia. El modelo hace de la tolerancia la ambigüe-

dad que requiere la creatividad y del respeto, un valor del ser humano. Mediante este modelo el niño va enfrentándose a situaciones que le representan retos o problemas acordes a su edad, los cuales lo forman a medida que los soluciona.

- **Modelo Freinet:** este modelo surge como alternativa al modelo tradicional que tanto ha imperado en las instituciones educativas, principalmente en un sistema educativo ortodoxo, en el cual tanto la pedagogía y la didáctica, como los modelos de enseñanza, las estrategias de aprendizaje y hasta la infraestructura misma, se conciben de forma tradicional. En este contexto el modelo Freinet plantea que el conocimiento se construye a través de las experiencias vividas por los estudiantes, así como por la experimentación directa de los acontecimientos. Se promueve la acción participativa, abierta y crítica a partir de los propios intereses de los educandos y no de las exigencias de una metodología rígida e inamovible. Se fomenta la investigación (tan característica de la creatividad), buscando nuevos escenarios para el aprendizaje y no encuadrándola en un ambiente áulico (Santalla Rodríguez y Martínez Heredia, 2017).

4.7.3 ¿Qué es un programa?

Un programa, en términos generales, es una planificación de actividades específicas a partir de un modelo determinado. Consiste en un proyecto que contiene objetivos bien delimitados, con acciones basadas en ellos, con una seriación de las mismas, así como la demarcación de materiales y recursos para la consecución de los objetivos. Esta planificación es un esbozo muy detallado de lo que se implementará, de lo que se ejecutará en un espacio y tiempo establecidos. En el programa se pueden presentar temas, así como la planeación y organización, la descripción de las características y etapas por las que pasarán en el proceso de la ejecución de dicho programa.

4.7.3.1 Programa creativo

Ahora bien, un programa creativo, además de ser una planeación bien organizada y detallada con la finalidad de que todo lo programado se apli-

que en tiempo y forma, también debe ser enfocarse flexible, que se enfoque en la autonomía de a quien va dirigido. Este programa regularmente se elabora a partir de un sistema y de un programa creativos, por lo tanto, debe tener un enfoque desde y hacia la creatividad. “Calificamos de *creativo* un programa cuando sus propósitos, contenidos, medios y regulación se orientan a potenciar algunos de los atributos de la creatividad” (De la Torre, p. 47). Este autor refiere las características que debe contener un programa para considerarse creativo, las cuales son tres componentes básicos:

- Los propósitos: los objetivos deben plantear explícitamente a la creatividad para todas sus acciones y finalidades. Se debe plantear niveles de jerarquía para establecer una mayor complejidad de la creatividad. Los objetivos deben dirigirse a la transformación del medio de los actores del programa, a adquirir habilidades, a desarrollar la ideación, el pensamiento divergente y actitudes positivas.
- Los contenidos: es aquí donde se incluye la información teórica, informativa y documental de uno de los objetivos principales del programa. Estos contenidos pueden ser:
 - a) Curriculares: requieren que quede plasmada de forma explícita la creatividad en cuanto a teorías y métodos, así como la práctica de la misma.
 - b) Expresivos: actividad, espontaneidad y de transformación.
 - c) Instrumentación creativa: se muestran los avances de la creatividad que se verán reflejados. Irán presentados en las personas a las que va dirigido el programa.
 - d) Actividades extracurriculares: considerar bibliotecas con enfoques no tradicionales, ludotecas, creaciones en la cultura.
- La regulación: se requiere una clara programación de estrategias y técnicas de evaluación de la creatividad de forma innovadora, dinámica, en el que se puedan hacer uso de indicadores de la creatividad explícitamente claros para los receptores del programa.

4.7.4 ¿Qué es un método?

De acuerdo con la definición de la Real Academia Española, el método es:

- Modo de decir o hacer con orden.
- Modo de obrar o proceder, hábito o costumbre que cada uno tiene y observa.
- Obra que enseña los elementos de una ciencia o arte.
- Procedimiento que se sigue en las ciencias para hallar la verdad y enseñarla.

Por otra parte, el *APA Diccionario conciso de psicología* (2010) define “método” como los procedimientos y sistemas de análisis utilizados en la investigación científica en general, o en un proyecto de investigación, en particular. Se vislumbra, pues, que el método es una forma ordenada de realizar alguna actividad, un sistema de proceder para llegar a un fin, a un objetivo planteado antes del mismo. Este método está compuesto de estrategias, herramientas, técnicas y tácticas; como la etimología de su nombre lo sugiere, es una vía que indica el camino correcto, o el mejor trayecto de entre otros que se puedan presentar.

4.7.4.1 Métodos creativos

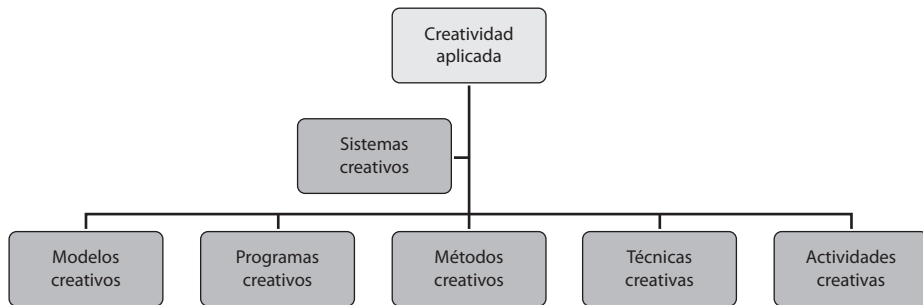
En la vida cotidiana, los seres humanos presentan dificultades en sus diversos contextos, y para la solución de los mismos utilizan diferentes métodos, muchos de ellos de forma improvisada o basados en experiencias anteriores. Cuando se utiliza un método que permite tener la mejor solución, entonces se apela a un método creativo. Algunos métodos son para la solución de problemas, para el pensamiento lateral y para la intervención o aplicación.

Algunos ejemplos de método se expondrán a continuación. Por ejemplo, Ruis Collantes (2000) cita los métodos de caja negra y métodos de caja transparente para los procesos de creatividad publicitaria. El método de caja negra es un proceso de sistema interno, pero desconocido por el sujeto; se crea un estímulo de entrada y una respuesta de salida, sin embargo, todas las transformaciones y operaciones que se producen están ocultas.

En cambio, los métodos de caja transparente son un sistema de proceso interno, el cual sí puede conocerse por el sujeto observador.

Por ejemplo, en investigación científica y tecnológica, se encuentran los métodos creativos empleados en la resolución de problemas abiertos, que pueden presentar varias alternativas para la resolución de los mismos. Éstos pueden ser abordados por una sola persona, en este caso, por el investigador (Cegarra Sánchez, 2004). Existen también los métodos creativos japoneses para la solución de problemas, los japoneses fueron los primeros en demostrar internacionalmente su gran interés en los estudios sobre la creatividad. Sus métodos de creatividad son de integridad, sobre todo por la flexibilidad, la interdependencia y la comunicación; éstos son los nuevos fundamentos en la era de la información. En el método creativo japonés, los niños son libres de aceptar su creatividad

IMAGEN 31. *Creatividad aplicada*



FUENTE: Elaboración propia

y se sienten cómodos con ella, lo que refleja que son personas que se conciben creativos y no tienen ningún conflicto al momento de serlo (Goñi Vindas, 2000).

4.7.5 ¿Qué es una técnica?

Remitiendo nuevamente la Real Academia Española se define la técnica como:

- Perteneciente o relativo a las aplicaciones de las ciencias y las artes.
- Dicho de una palabra o una expresión.

- Persona que posee los conocimientos especiales de una ciencia o arte.
- Conjunto de procedimientos y recursos de que se sirve una ciencia o un arte.
- Pericia o habilidad para usar una técnica.
- Habilidad para ejecutar cualquier cosa o para conseguir algo.

Una técnica es una serie de procedimientos o recursos que se usan para la elaboración o ejecución de alguna actividad. Cuando se practica de forma constante alguna técnica, se domina y se convierte en una habilidad, en una destreza. Las técnicas son pasos, normas o protocolos, surgen de los métodos establecidos y son el apoyo de éstos para su ejecución y para llegar a buen término.

4.7.5.1 Técnicas creativas

Existe una gran variedad de técnicas creativas que van a permitir llegar a diferentes objetivos y metas según se planteen en los métodos creativos. Estas técnicas sólo funcionan si en verdad se disfruta el ser creativo, pues las técnicas pueden enfrentarnos a nuestras propias limitaciones. Asimismo, pueden llevarnos a cometer errores, a hacer el ridículo, a temer al fracaso y a la creencia de que no se pueda realizar alguna de las técnicas, porque no se está acostumbrado a la creatividad. Algunas técnicas creativas se mencionan a continuación.

- **Análisis morfológico:** se trata de generar la mayor cantidad de ideas posibles al descomponer una palabra o un problema en elementos a través de una matriz en donde se anotan las ideas según la cantidad de rasgos que se desee analizar.
- **Biónica:** ésta es una técnica muy interesante, pues consiste en la creación de objetos o instrumentos inspirados en los animales o en la naturaleza.
- **Lluvia de ideas:** a partir de un problema identificado, se genera una multitud de ideas posibles para su solución; es importante aportar ideas viables, reales o imaginarias, incluso hasta absurdas, porque hasta de las ideas absurdas surgen soluciones increíbles.
- **Mapas mentales:** son de gran apoyo al momento de analizar un tema, un concepto, una teoría o incluso un problema. Se elabora a través

de información e imágenes en una figura que aparenta una célula, cuyo centro es el eje principal y sus ramificaciones los elementos que de ella se derivan.

4.7.6 ¿Qué es una actividad?

La Real Academia Española, define la actividad como:

- Facultad de obrar.
- Diligencia, eficacia.
- Prontitud en el obrar.
- Conjunto de operaciones o tareas propias de una persona o entidad.

La actividad es toda acción que permite el contacto de la persona con el mundo real, con la vida cotidiana. Dentro de las actividades propias del humano están los instintos, los hábitos, las costumbres, que son actividades tanto internas como externas en donde se presenta la conciencia la idealización de lo que se quiere ser.

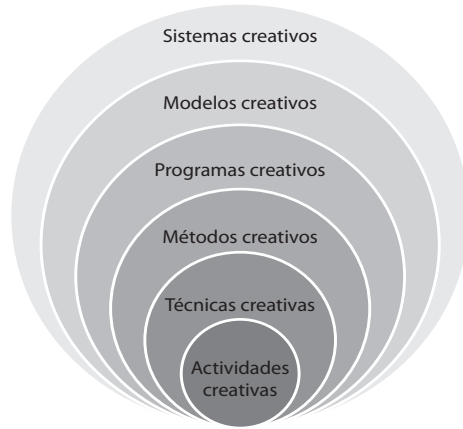
4.7.6.1 Actividades creativas

Algunas actividades creativas que le permiten al individuo un interacción positiva con su entorno son incluso aquéllas de la vida cotidiana, pero de las que debe saber cómo contribuyen a la creatividad de su entorno.

- Fomentar la participación en pláticas con grupos de personas.
- Expresiones artísticas.
- Generar debate en grupos.
- Abordar diversos temas.
- Actuar fuera de lo rutinario.
- Atender la salud mental
- Eliminar tensiones emocionales
- Ser líder creativo
- Pertenecer a grupos creativos

A manera de conclusión, podemos resumir el presente capítulo en la siguiente imagen

MAGEN 35. *Elementos que forman un sistema creativo.*



FUENTE: Elaboración propia

CAPÍTULO 5. RECURSOS PARA EVALUAR LA CREATIVIDAD

5.1 INDICADORES DE LA CREATIVIDAD

Evaluar la creatividad es un reto para la psicología, puesto que tanto proyectos innovadores como personas con características creativas parecen no tener límites para desarrollarse a sí mismos. Por tanto, la creatividad, en su carácter de infinitas posibilidades, cumple con ciertos requisitos que son considerados como indicadores que la miden y caracterizan, los cuales han pasado a ser requerimientos de lo creativo.

Para iniciar, hablemos del cambio. Las personas, de manera natural, tenemos una resistencia a las transformaciones, puesto que nos sacan de la zona de confort en donde todo es como supuestamente tiene que ser. Por tanto, una persona creativa es capaz de luchar contra ese miedo a lo nuevo mediante un tipo de pensamiento divergente, haciendo nuevas clasificaciones de los recursos con los que cuenta, proponiendo ideas alternativas, planteando cuestiones ante todo, así como problematizando cada situación (Torbón, 2010). En general, la curiosidad es una herramienta primordial, puesto que se convierte en un arma contra el miedo a los cambios.

Otro indicador importante para medir la creatividad es la flexibilidad, en el sentido de las diferentes posturas que puede tomar el sujeto, toda vez que es capaz de cambiar su enfoque para observar las situaciones desde diferentes ángulos. Se trata de personas que están dispuestas a dialogar, escuchan a los demás, que incluso notan las diferencias entre su punto de vista y el de los demás (Torbón, 2010). Cabe señalar que una persona flexible tiene los elementos suficientes para realizar proyectos, ya que pue-

de ser firme en sus objetivos mientras reformula aquello que le va a llevar a lograrlos.

La fluidez de pensamiento es una característica fundamental para la generación de idea, ya que una persona creativa debe ser capaz de realizar propuestas para promover proyectos, de igual manera, las propuestas deben contar con la fluidez de diseño, programación y aplicación que permita su modificación conforme a las necesidades de la sociedad.

Asimismo, una persona creativa es capaz de generar diferentes ideas desde el pensamiento autónomo, ideas propias que va descubriendo al tiempo que las explora; está abierto a las posibilidades de cada situación, mientras propone ideas originales (Torbón, 2010). Como ya se ha mencionado, un sujeto creativo, así como un proyecto con estas características, son capaces de proponer métodos, ideas, formas, técnicas nuevas, posiblemente inspiradas en alguna situación de vida sin perder el toque innovador.

Una persona que tiene juicios propios, que no se deja influenciar por la sociedad, mantiene sus opiniones pero no permanece necio, puesto que es capaz de autocorregirse mediante argumentos. Una de sus características más importantes es la disposición e iniciativa ante diversas acciones o incluso para tomar decisiones, al tiempo que asume consecuencias y las compara para discutir consigo mismo si es conveniente o es mejor modificar tales proyectos o acciones (Torbón, 2010).

La extensión es otra característica más de una persona creativa. Se trata de producir ideas, plantear preguntas, proponer problemas que colaboren al avance del conocimiento hacia un nivel más alto. Con la extensión se busca hacer comparaciones generales y anticiparse a las consecuencias de cada acción del proyecto. Asimismo, implica la capacidad de síntesis y crítica respecto a su propia temática (Torbón, 2010)

Otro de los indicadores importantes es la idea tanto de las personas como de los proyectos. Ambos deben ser valiosos, tanto en el sentido de importancia para la sociedad como de los valores que se piensa promover. Si algún proyecto innovador no es capaz de originar valores sociales, si de alguna manera va a hacer daño a la sociedad, entonces no podría considerarse un proyecto creativo, simplemente sería una idea nueva aunque perjudicial.

Existen tres niveles de la creatividad. El más básico es la creatividad modesta, la que vivimos todos los días al tomar decisiones sencillas como la vestimenta, el platillo que vamos a comer, la resolución de problemas comunes, útiles, pero sencillos, que ayudan de manera personal, impre-

sionan a un círculo de personas cercano como familiares o amigos, no son trascendentes, sin embargo, ayudan a no complicarse la vida cotidiana.

El nivel dos o intermedio es trascendente al medio. En él podemos resolver problemas del ámbito social, es decir; aquellas situaciones problemáticas que pueden ser útiles para personas desconocidas o que pertenecen a un círculo social alejado del nuestro. Por ejemplo, empresas que diseñan productos, herramientas o artefactos útiles. Se trata de ir más allá de problemas cotidianos pero acotados a un cierto círculo, puesto que, puede presentarse en repetidas ocasiones, lo cual puede dar la impresión de que la solución ha dejado de ser creativa, porque se puede encontrar numerosas veces.

El nivel más alto, el que alcanza la cima de la creatividad, es trascendente a la humanidad, supera las expectativas de todos y se manifiesta en la solución de los problemas de la sociedad. Incluso repercute a través de los años y sólo será superado por un proyecto que lo haga mejor o de una manera más eficiente. No obstante, ese nuevo proyecto puede ser sólo un complemento o tendrá que compartir su trascendencia a la humanidad junto con el primero.

5.2 PRUEBAS PIC A, PIC J, PIC N

La prueba de imaginación creativa (PIC) tiene tres versiones: para niños (N), para jóvenes (J) y para adultos (A), y se aplica de manera tanto individual como colectiva, tiene una duración variable pero oscila alrededor de 40 minutos. Su finalidad es evaluar la creatividad narrativa y gráfica; para ello, los materiales que utiliza son el manual de prueba, el ejemplar y un cuadernillo de corrección.

Para iniciar, deben quedar claros los datos personales de cada sujeto que conteste la prueba; en el caso de los niños, se puede aplicar de los 8 años hasta los 12, es decir niños que cursan desde 3° de primaria hasta que egresan. La prueba se divide en cuatro juegos, para los que se da un tiempo determinado, de entre 7 y 10 minutos para cada uno.

El primer juego consiste en escribir oraciones que no sean una narración o una historia acerca de una imagen propuesta por el protocolo de la prueba. Hay que insistir a los niños en que no hay ideas buenas o malas, sino que deben dejar volar su imaginación. La idea es que el niño no se

centre únicamente en un personaje, que observe todo lo que hay alrededor de quien aparentemente es el protagonista.

El juego número dos presenta un objeto simple. La tarea que debe realizar el niño es enlistar todos los usos alternos que puede tener el objeto, utilizando uno o más objetos de la misma índole. Se da también un tiempo límite y cuando no hay ninguna duda respecto a la tarea por realizar, entonces corre el tiempo para que el alumno comience a trabajar con su imaginación.

El tercer juego consiste en una oración fantasiosa que incita a los niños a pensar en lo que podría suceder si se volviera realidad. Como en la anterior, el alumno debe concentrarse en escribir las suficientes oraciones que su mente le permita imaginar cubriendo el tiempo límite que se le ha asignado. Se debe insistir en que no hay respuestas buenas o malas.

Por último, el cuarto juego corresponde al área de la creatividad gráfica. Para ello se le pide al niño que a partir de las líneas inconclusas que se presentan en el protocolo realice algunos dibujos. Puede sombrearlos o colorearlos si él lo desea; cuando haya terminado deberá ponerle un título a cada uno para identificarlo. Se le pide que los dibujos que haga sean originales, que a nadie más se le pudiera ocurrir.

Para revisar la prueba se utiliza el cuadernillo de corrección en el que se ponen los datos de identificación del sujeto. Para la revisión de los juegos narrativos se toma en cuenta la fluidez, la flexibilidad y originalidad, y para el juego de creatividad gráfica se califica la elaboración, las sombras y el color, el título del dibujo y los detalles especiales que se hayan agregado.

De acuerdo a cada juego se revisa la frecuencia de las diversas categorías, según corresponda el área por evaluar, y se hacen observaciones sobre alguna particularidad que tuviera el sujeto al responder la prueba. A cada categoría le ha sido asignado un coeficiente según su originalidad, tanto gráfica como narrativa, por tanto se multiplica la frecuencia de cada una por el coeficiente y de esa manera obtenemos la puntuación de originalidad.

Por último, se hace un resumen de puntuaciones en la página principal del cuadernillo de corrección en donde se insertan las puntuaciones directas de cada categoría, antes de sumar las de los tres primeros juegos para la sección narrativa, para después agregar los de la sección gráfica. De esta última suma se va a convertir la puntuación en percentiles para al final obtener una puntuación general que ayudará a interpretar los resultados.

Las pruebas PIC J y PIC A tienen las mismas instrucciones, sólo varían las imágenes. Algunas indicaciones, como las oraciones estímulo para imaginar los enunciados que van a desarrollarse en el protocolo de respuesta, también cambian, así como el tiempo, pues se dan algunos minutos más. Fuera de eso, tanto la aplicación como la revisión e interpretación son las mismas. Basta indicar que PIC J es para jóvenes de 12 a 18, años mientras que la prueba PIC A es para adultos a partir de 18 años.

5.3 PRUEBA CREA

La prueba psicológica titulada CREA, Inteligencia creativa, es una medida cognitiva de la creatividad para niños adolescentes y adultos que tiene una duración total de 10 minutos entre aplicación, revisión e interpretación. Su objetivo final es apreciar la inteligencia creativa a través de dibujos y cuestionamientos en el contexto de identificación, búsqueda y solución de problemas.

La realización de preguntas da cuenta también de la producción de las ideas. Obligan a que no sean únicamente aseveraciones o frases momentáneas, pues éstas favorecen el estancamiento de las ideas, hasta puede llegar a obstruir la producción de una idea, mientras que una pregunta es al tiempo una nueva idea así como el inicio del seguimiento de la visión de un proyecto a futuro.

Por tanto, no sólo se trata de hacer una pregunta cualquiera, sino de buenas preguntas, ya que a buenas preguntas, buenas respuestas; o como lo propone mejor Bergson, un problema bien planteado prácticamente es un problema ya casi resuelto. Tanto para las investigaciones como para los proyectos o hasta para resolver un simple problema cotidiano se requiere de la contextualización de la situación, pero ¿cómo establecerla? Sencillo, a base de preguntas.

Se pueden hacer todo tipo de preguntas pero, si se es un principiante, se puede utilizar una especie de fórmula que consiste en realizar preguntas sencillas basadas en el qué, cómo, cuándo, cuánto, por qué, para qué o dónde. A partir de ahí, se deja fluir la curiosidad y la imaginación para preguntar cuanta duda surja de estas sencillas preguntas que nos hemos hecho por simple curiosidad.

La prueba CREA tiene tres versiones: dos láminas destinadas a adolescentes y a adultos, y una tercera destinada a niños. Se establece en cuatro

estratos divididos por edad cronológica. El primero es de 6 a 9 años de edad, su aplicación es meramente individual, utiliza el formato CREA C y se aplica de manera verbal. El segundo estrato corresponde al grupo de edad entre 10 y 11 años, para el que la prueba puede ser ya colectiva o mantener la versión individualizada de manera escrita. Se pueden utilizar las láminas CREA A y CREA C.

El tercer estrato corresponde al grupo de edad adolescente entre 12 y 16 años; la prueba puede ser aplicada de manera individual o colectiva y se hace escrita; se pueden utilizar las láminas CREA A, CREA B o CREA C. Por último, el cuarto estrato es para una población adulta desde 17 años en adelante, puede ser aplicada de manera colectiva o individualizada y es escrita. Para ésta puede utilizarse cualquier tipo de lámina.

La aplicación es sencilla, a los sujetos se les da la indicación de llenar los campos correspondientes a sus datos personales: nombre, fecha del día de aplicación y de nacimiento e institución a la que pertenecen. Antes de abrir el protocolo de aplicación, se les explica que en la siguiente página van a encontrar una imagen y que en la sección de los renglones, es decir, en las posteriores páginas tienen que hacer preguntas referentes a la imagen del protocolo. Cuantas más preguntas mejor. Para ello tendrán cuatro minutos. Cuando todos han entendido las instrucciones, se procede a abrir el protocolo y comienza el tiempo de respuesta.

Para puntuar la prueba se toma en cuenta los renglones en los que se realizaron preguntas. Se escribe el número del último renglón escrito en la sección de puntuación del protocolo, posteriormente se cuenta los renglones en los que no hubo preguntas o en los que se culminaba la del renglón anterior, para restarlas del número total. También se verifica que las preguntas no hayan sido repetidas y por último se agrega el número de preguntas formadas por dos o más integrantes. Finalmente se suman y restan como corresponde para obtener una puntuación cruda total.

Posteriormente se verifican las tablas de baremos para revisar los equivalentes de las puntuaciones crudas y transformarlas en centiles o percentiles, que se refiere a la puntuación que se obtiene al distribuir las puntuaciones de las variables observadas. La tabla de baremos está dividida de acuerdo a las láminas para niños, adolescentes o adultos.

Después se realiza una interpretación. La prueba evalúa los niveles de la creatividad en alta, media y baja; también el tipo del área que se requiera medir, ya que como se revisó en capítulos anteriores, la creatividad

tiene diferentes campos de aplicación; por ejemplo, puede realizarse una interpretación y valoración generales, una interpretación clínica que va a describir, de acuerdo al nivel bajo, medio o alto, rasgos característicos positivos y negativos, así como sugerencias de intervención.

También se hacen interpretaciones educativas y organizacionales, así como en los campos de las artes, el diseño y la publicidad específicamente, del mismo tenor que el área clínica: tres niveles, con rasgos positivos y negativos, así como sugerencias de intervención. Para realizar una interpretación infantil se recomienda prudencia, ya que el proceso creativo se encuentra en formación y habría que realizar más estudios o profundizar en los procesos evolutivos del desarrollo del niño en el campo de las actitudes y aptitudes creativas.

BIBLIOGRAFÍA

- Abbagnano, N. (1996). *Historia de la Filosofía*. Barcelona: Hora.
- Acevedo, G. E., Martínez, G., y Estario, J. (2007). *Manual de salud pública 7* (1a ed.). Córdoba, Argentina: Encuentro.
- Aguilar-Morales, J. (2010). *Las pruebas psicométricas en el campo laboral. Network de Psicología Organizacional*. Oaxaca, México: Asociación Oaxaqueña de Psicología.
- Albarrán Romero, H. (2006). Liderazgo creativo. En S. de la Torre y V. Violant, *Comprender y evaluar la creatividad. Un recurso para mejorar la calidad de la enseñanza* (pp. 531-538). Málaga: Aljibe.
- Alcover de la Hera, C., Moriano León, J., Osca Segovia, A. y Topa Cantisano, G. (2012). *Psicología del Trabajo*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Alcott, L. M. (1975). *Mujercitas*. México: Editorial Epoca, S. A.
- Asociación Americana de Psicología APA (2010). *Diccionario conciso de psicología*. México: El Manual Moderno.
- Arakawa, H. (abril de 2016). *Full Metal Alchemist*. Vol. 6. México: Editorial Panini.
- Arana, J., Meilán, J., y Pérez, E. (enero-junio de 2006). El concepto de psicología. Entre la diversidad conceptual y la conveniencia de unificación. Aplicaciones desde la epistemología. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, 8(1), 111-142.
- Arias, G. (2015). Implicaciones del Paradigma Humanista a la Educación. Recuperado 21 de agosto de 2018: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Lectura/LITE/LECT73.pdf.
- Artola González, T., Ancillo Gómez, I., Mosteiro Pintor, P., Martín Azañedo, C., Poveda García-Noblejas, B. y Barraca Mairal, J. (2008). *PICT J. Prueba de Imaginación Creativa-Jóvenes*. Madrid: TEA Ediciones.

- Artola González, T., Ancillo Gómez, I., Mosteiro Pintor, P. y Barraca Mairal, J. (2010). *PIC N. Prueba de Imaginación Creativa-Niños*. Madrid: TEA Ediciones.
- Artola González, T., Ancillo Gómez, I., Mosteiro Pintor, P., Poveda García-Noblejas, B., Sánchez Sánchez, N. y Barraca Mairal, J. (2012). *PIC A. Prueba de Imaginación Creativa-Adultos*. Madrid: TEA Ediciones.
- Barcia Moreno, M. (2006). La creatividad en los alumnos de educación infantil. Incidencia del contexto familiar. *Creatividad y Sociedad*. 9, 43-52.
- Bartoloti, A. (2011). *Mitología griega y romana*. Barcelona: Robinbook.
- Berdichewsky, B. (2002). *Antropología social: Introducción, una visión global de la humanidad*. Buenos Aires: LOM.
- Berger Stassen, K. (2007). *Psicología del desarrollo: Infancia y Adolescencia*. Madrid: Médica Panamericana
- Bermúdez Moreno, J., Pérez-García, A., Ruiz Caballero, J., Sanjuán Suárez, P. y Rueda Laffond, B. (2013). *Psicología de la personalidad*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Betancourt Morejón, J. y Valadez Sierra, M. D. (2012). *Cómo propiciar el talento y la creatividad en la escuela*. México: El Manual Moderno.
- Blatner, A. (2005). *Bases del psicodrama*. México: Pax.
- Braunstein, N., Pasternac, M., Benedito, G. y Saal, F. (2003). *Psicología: Ideología y ciencia*. México: Siglo XXI.
- Bunge, M., y Ardila, R. (2002). *Filosofía de la Psicología*. México: Siglo XXI.
- Bunge, M. (2005|). *Diccionario de filosofía*. México: Siglo XXI.
- Casarini Ratto, M. (1995). *Teoría y diseño curricular*. México: Trillas.
- Catmull, E. (2015). *Creatividad, S. A. Cómo llevar la inspiración hasta el infinito y más allá*. México: Conecta.
- Cegarra Sánchez, J. (2004). *Metodología de la investigación científica y tecnológica*. Madrid: Díaz de Santos.
- Chaves Palacio, J. (2004). Desarrollo tecnológico en la primera revolución industrial. *Revista de Historia*, 17, 93-109.
- Cline, T., Guilford, A. y Birch, S. (2017). *Psicología Educativa*. México: Manual Moderno.
- Colom, A. (2006). La creación como fenómeno psíquico: el concepto de autor. Recuperado el 19 de julio de 2018, de Psicoanálisis y sociedad:

- <http://www.psicoanalisisysociedad.org/Textos/La%20creacion%20como%20fenomeno...%20A%20Colom.pdf>.
- Corbalán Berná, F. J., Martínez Zaragoza, F. y Donolo, D. S. (2003). *CREA. Inteligencia Creativa. Una medida cognitiva de la creatividad*. Madrid: TEA Ediciones.
- Cloninger, S. (2003). *Teorías de la personalidad* (3a ed.). México: Pearson Prentice Hall.
- Cossa, P. (1963). *Cibernética*. Barcelona: Reverté.
- Csikszentmihalyi, M. (1998). *Creatividad. El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. Barcelona: Paidón Ibérica.
- De Bono, E. (1999). *Seis sombreros para pensar*. Barcelona: Juan Granica.
- De Bono, E. (2014). *Seis pares de zapatos para la acción*. Buenos Aires: Paidós Plural.
- De la Torre, S. (2003). La creatividad es social. En S. de la Torre y V. Violant, *Creatividad aplicada*. Barcelona: PPU.
- De la Torre, S. y Violant, V. (2006). *Comprender y evaluar la creatividad. Un recurso para mejorar la calidad de la enseñanza*. Vol. 1. Málaga: Aljibe.
- De la Torre, S. (2006). Creatividad en la educación. En S. de la Torre, y V. Violant, *Comprender y evaluar la creatividad. Un recurso para mejorar la calidad de la enseñanza* (pp. 309-322). Málaga: Aljibe.
- Del Carmen Orozco, E. (2009). Las teorías asociacionistas y cognitivas del aprendizaje: diferencias, semejanzas y puntos en común. *Docencia e investigación*. 19(34), 175-191.
- Díaz Guerrero, R. (2015). *Psicología del mexicano*. México: Trillas.
- Elders, L. (2009). La lectura “Super Epistolam Ad Hebraeos” de Santo Tomás de Aquino. *Scripta Theologica* 41(3), 785-810.
- Farfán, E. y Mogrovejo, J. (2015). Wolfgang Köhler (1887-1967): algunas cuestiones teóricas de su obra para la discusión en la historia de la psicología. *Revista de Psicología*, 5(1), 123-134.
- Fernández Romero, A. (2005). *Creatividad e innovación en empresas y organizaciones. Técnicas para la resolución de problemas*. Madrid: Díaz de Santos.
- Ferrater Mora, J. (1998). *Diccionario de filosofía abreviado*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Ferreiro, R. (2006). El papel del grupo en la creatividad. En S. de la Torre,

- y V. Violant, *Comprender y evaluar la creatividad. Un recurso para mejorar la calidad de la enseñanza* (pp. 521-529). Málaga: Aljibe.
- Florida, R. (2010). *La clase creativa. La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI*. Madrid: Paidós.
- Garaigodobil Landazabal, M. (1995). *Psicología para el desarrollo de la cooperación y de la creatividad*. Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer
- García Retana, J. A. (2011). Modelo educativo basado en competencias: importancia y necesidad. *Actualidades Investigativas en Educación* 11(3), 1-24.
- García Salazar, J. L. (2012). *Creatividad. La ingeniería del pensamiento*. México: Editorial Trillas.
- Gehlen, A. (1987). *El hombre*. Salamanca: Ediciones Sígueme.
- Gerrig, R. y Zimbardo, P. (2005). *Psicología y vida* (17 ed.) México: Prentice Hall.
- González Quintián, C. (2006). La magia de los ambientes. Condiciones de la creatividad en el escenario educativo. En S. de la Torre y V. Violant, *Comprender y evaluar la creatividad. Vol. 1. Un recurso para mejorar la calidad de la enseñanza* (pp. 2005-2014). Málaga: Aljibe.
- Goñi Vindas, A. (2000). *Desarrollo de la creatividad*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Hernández Leyva, Z. (2015). Psicología y creatividad aplicada en la enseñanza del docente universitario. *Cursos de Verano UAZ 2015*. Zacatecas, México: Universidad Autónoma de Zacatecas.
- Hogg, M. V. y Vaughan, G. M. (2008). *Psicología Social*. Madrid: Médica Panamericana.
- Ibañez Gracia, T. (2004). *Introducción a la psicología social*. Catalunya, España: UOC.
- Laime, M. (2013). La creatividad: un enfoque cognitivo integrativo. Recuperado el 27 de agosto de 2018 de: http://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_19_1_la-creatividad-un-enfoque-cognitivo-integrativo.pdf.
- Laplanche, J. y Pontalis, J.-B. (2004). *Diccionario de psicoanálisis*. Argentina: Paidós.
- Lindgren, H. C. (1980). *Introducción a la psicología social*. México: Editorial Trillas
- Lucas Marín, A. (2011). *Sociología. El estudio de la realidad social*. Navarra: EUNSA.

- Madrid Vivar, D. (2006). Creatividad en la primera infancia. En S. de la Torre y V. Violant, *Comprender y evaluar la creatividad. Un recurso para mejorar la calidad de la enseñanza* (pp. 245-252). Málaga: Aljibe.
- Maisto, A. y Morris, C. G. (2001). *Introducción a la psicología* (10ª ed.) México: Pearson Educación.
- Marín, R. y de la Torre, S. (2000). *Manual de la creatividad. Aplicaciones educativas*. España: Vicens Vives.
- Marín Sánchez, M. y Troyano Rodríguez, Y. (2012). *Psicología social de los procesos grupales*. Madrid: Pirámide.
- Martínez Celis, D. y Botiva Contreras, Á. (2004). *Manual de arte rupestre de Cundinamarca*. Bogotá: ICANH
- Maslow, A. (2008). *La personalidad creadora*. Barcelona: Kairos.
- Mondragón Lasagabaster, J., Trigueros Guardiola, I., Olmo Fernández-Delgado, L., Clavijo Gamero, R., Ribes Antuña, M.A, Fernández González, C., Frodríguez Bausá, L., Barros Puga, M., Junquera Velasco, C .R., Rodríguez Yergo, A., Vela Quesada, P. y Rodríguez Rivera, F. E. (2006). *Psicólogo de la Xunta de Galicia*. TEST. España: s. e.
- Morin, E. (1999). *Los siete saberes para la educación del futuro*. París: UNESCO
- Morin, E. (2006). *El Método*. Valencia: Cátedra
- Mota, G. (2011). *Psicología, arte y creación*. México: Altos estudios.
- Núñez Sacaluga, C. (2014). *Creatividad. El aura del futuro*. Argentina: Universidad Nacional de San Juan, Facultad de Ciencias Sociales.
- Oblitas Guadalupe, L. y Becoña Iglesias, E. (2000). *Psicología de la salud*. México: Plaza y Valdéz.
- Olivares, S. y González, M. (2014). *Psicología del trabajo*. México: Patria.
- Oppenheimer, A. (2014). *Crear o morir*. México: Debate.
- Organización Mundial de la Salud (30 de marzo de 2018). *Salud mental: fortalecer nuestra respuesta*. Obtenido de <http://www.who.int/media-centre/factsheets/fs220/es/>.
- Ortega, A. (15 de agosto de 2018). *El historiador, entrevista con H. Ortega Neri*.
- Ortega Neri, H. (2014). *La creatividad en la enseñanza del docente universitario de la Universidad Autónoma de Zacatecas, México*. Madrid: España, s. i.
- Ortigosa Quiles, J., Méndez Carrillo, X. y Riquelme Marín, A. (2014). *Procedimientos terapéuticos en niños y adolescentes*. España: Pirámide.

- Otto, W. F. (1981). *Las musas. El origen divino del canto y del mito*. Buenos Aires: Universitaria
- Pelayo González, J. y Rodríguez Laguía, F. (2015). *Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial. La importancia de llamarse emprendedor*. Madrid: Paraninfo.
- Piaget, J. (1964). Cognitive Development in Children: Development and Learning. *Research in Science Teaching* (2), 176-186.
- Polaino Lorente, A. y Martínez Cano, P. (2002). *La comunicación en la pareja, errores psicológicos más frecuentes*. Madrid: Rialp.
- Posada Díaz, A., Gómez Ramírez, J. y Ramírez Gómez, H. (2005). *El niño sano* (3a. ed.) Bogotá, Colombia: Médica Panamericana.
- Pozo, J. (1997). *Teorías cognitivas del aprendizaje*. Madrid: Morata.
- Psicología pedagógica. (2004). *Diccionario de psicología y pedagogía*. México: Euroméxico
- Puga, C., Peschard, J. y Castro, T. (2015). *Hacia la sociología*. México: Pearson
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la Lengua Española* (23a ed.) Madrid.
- Reeves, H. (2001). *La más bella historia del mundo*. Barcelona: Anagrama.
- Reynoso Erazo, L. y Seligson Nisenbaum, I. (2002). *Psicología y Salud*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Ricarte Bescós, J. (2000). *Creatividad y comunicación persuasiva* (2a ed.) Barcelona: Aldea Global.
- Rodríguez Estrada, M. (1995). *Psicología de la creatividad*. México: Pax.
- Rodríguez Estrada, M. (1997). *El pensamiento creativo integral*. México: McGraw-Hill
- Rodríguez Estrada, M. (2006). Creatividad en la tercera edad. En S. de la Torre y V. Violant, *Comprender y evaluar la creatividad. Un recurso para mejorar la calidad de la enseñanza* (pp. 295-301). Málaga: Aljibe.
- Rodríguez, M. (1995). *Psicología de la creatividad*. México: PAX.
- Romero, J. (2001). Creatividad en el currículum universitario. Creatividad y artes. En M. Romo Santos y E. Sanz Lobo, *Creatividad y currículum universitario* (pp. 82-86). Madrid: UAM.
- Romo, M. (1997). *Psicología de la creatividad*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Romo, M. (2010). Pensamiento creador en tiempos de crisis. Recuperado el 17 de julio de 2018 de Encuentros Multidisciplinares: <http://www.>

- encuentros-multidisciplinares.org/Revistan%BA31/Manuela_Romo_Santos.pdf
- Ruis Collantes, F. (2000). *Retórica creativa. Programas de ideación publicitaria*. Valencia: Servei de publicacions.
- Santaella Rodríguez, E. y Martínez Heredia N. (2017). La pedagogía Freinet como alternativa al método tradicional de la enseñanza de las ciencias. *Profesorado. Revista de currículum y formación de profesorado* 21(4), 359-379.
- Sanz, L. (2012). *Psicología evolutiva y de la educación*. Cartagena: CEDE.
- Torbón, S. (2010). *Formación integral y competencias*. Bogotá: Ecoe.
- Vázquez, C. (2013). Congreso Internacional de Gestalt. *Conferencia para el XIII Congreso Internacional de Gestalt (s/p)*. Valencia: Terapia Gestalt.
- Velasco Barbieri, P. (2007). *Psicología y creatividad: una revisión histórica (Desde los autorretratos de los genios del siglo XIX hasta las teorías implícitas del siglo XX)*. Caracas, Venezuela: Fondo Editorial de Humanidades Universidad Central de Venezuela.
- Velázquez, J. (2001). *Curso elemental de psicología*. México: Selector.
- Warren, H. C. (2013). *Diccionario de psicología*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Wiemann, M. (2011). *La comunicación en las relaciones interpersonales*. España: Aresta.
- Zepeda Herrera, F. (2003). *Introducción a la psicología. Una visión científico humanista* (2a. ed) México: Pearson Prentice Hall.

RESEÑA DE LOS AUTORES

Hilda María Ortega Neri es originaria de la ciudad de Zacatecas, en el estado del mismo nombre, en México. Es doctora en Creatividad Aplicada por la Universidad Complutense de Madrid (España), en donde obtuvo la Mención Europea por estancia de investigación para su tesis doctoral en la Facultad de Psicología y Ciencias de la Educación en la Universidad de Coimbra (Portugal). Asimismo, esta tesis se le reconoce con la mención *cum laude* y calificación sobresaliente. Estudió la Maestría en Educación con especialidad en cognición de los procesos de enseñanza aprendizaje en la Universidad Virtual del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Zacatecas (México). Sus inicios académicos profesionales los comenzó en la Licenciatura en Psicología en la Unidad Académica de Psicología en la Universidad Autónoma de Zacatecas (México). Tiene estancias de investigación en Portugal, Argentina y España. Actualmente es docente investigador en esta última institución, donde imparte asignaturas relacionadas con la psicología educativa. Cuenta con Perfil Prodep y es líder del cuerpo académico UAZ-CA-222 Psicología, Creatividad y Educación.

Edith Alejandra Pérez Márquez es originaria de la ciudad de Zacatecas, en el estado del mismo nombre, en México. Es maestra en Ciencias de la Educación con especialidad en Investigación educativa por la Universidad Autónoma de Zacatecas (México). Obtuvo la licenciatura de Psicología en la Universidad Autónoma de Zacatecas. Se ha desempeñado como psicóloga educativa en educación primaria en el colegio Villa de Guadalupe. En la actualidad es Docente Investigador de la Unidad Académica de Psicología de la Universidad Autónoma de Zacatecas, donde realiza investigaciones sobre creatividad y educación inclusiva. También es miembro del

cuerpo académico psicología, creatividad y educación. Ha publicado artículos como: “Retos para la Unidad Académica de Psicología extensión Jalpa” (2017), “Elementos del pensamiento complejo que contribuyen a la educación inclusiva” (2016), “Psicología comunitaria en Jalpa vulnerable” (2015).

Jorge Armando Acosta De Lira es maestro en Educación por la Universidad Interamericana para el Desarrollo (2013). En 2007, obtuvo el título de licenciado en Educación Secundaria con especialidad en Telesecundaria por la Benemérita Escuela Normal “Manuel Ávila Camacho”. Estudió una especialidad en Inclusión educativa y diversidad en la misma institución, donde posteriormente participó como docente en las diversas licenciaturas que oferta. Ha obtenido certificaciones nacionales e internacionales en las áreas de Computación básica y evaluación, por organismos como CERTIPORT y Conocer. Ha participado como capacitador nacional en el programa Habilidades digitales para todos y en diversos comités de elaboración y validación de reactivos en el CENEVAL. Se ha desempeñado como docente en preescolar, primaria, secundaria, licenciatura y posgrado. Ha publicado capítulos en diversos libros y artículos en revistas. Actualmente es Docente Investigador en la Unidad Académica de Psicología, responsable del programa Licenciado en Psicología en el campus Juan Aldama, perfil deseable (Prodep) y miembro del Cuerpo Académico UAZ-CA 222 “Psicología, Creatividad y Educación”.

Psicología de la creatividad aplicada de Hilda
María Ortega Neri, Jorge Armando Acosta Lira y
Edith Alejandra Pérez Márquez, fue publicado por la
Universidad Autónoma de Zacatecas y Colofón. Se terminó
de imprimir en abril de 2019 en los talleres de Ultradigital Press
S.A. de C.V. Centeno 195, Col. Valle del Sur, C.P. 09819, Ciudad
de México. El tiraje consta de 1 000 ejemplares. La impresión se realizó
mediante Offset en papel Cultural de 75 gr. El cuidado editorial estuvo a cargo
del departamento de Colofón Ediciones Académicas, un sello de Colofón S.A. de C.V.

