

Revisión histórica sobre el concepto de creatividad, hitos y tendencias.

Igor Alexander García Ramón

Mayo 2017

Pontificia universidad Javeriana de Colombia

Estudiante de psicología

Directora de tesis: María Rocío Abello Correa

Resumen:

El presente trabajo, es una investigación documental cuyo propósito es una revisión histórica, de corte cronológico y sin pretensiones de exhaustividad, sobre el concepto de creatividad en lo relativo a las últimas siete décadas. Se seleccionaron artículos que fueron reseñados rigurosamente con el fin de hacer un balance de los hitos y tendencias que han marcado históricamente las aproximaciones sobre este constructo. Se identificaron dos categorías emergentes que reflejan las tendencias que caracterizan el proceso cronológico: la primera, focaliza en el sujeto creador las exploraciones investigativas y conceptualizaciones sobre el tema y la segunda, está centrada en la creatividad como proceso tanto individual como social y cultural lo que define tanto las conceptualizaciones como las aproximaciones investigativas sobre el constructo. El paso de una tendencia a otra marca un viraje que cambia el paradigma sobre cómo se concibe el acto creativo.

Palabras claves: creatividad, pensamiento divergente, psicología cultural, paradigma.

Summary:

The present work, is a documentary research whose purpose is a historical revision, of chronological approach and without pretensions of exhaustiveness, on the concept of creativity in relation to the last seven decades. We selected articles that were rigorously read in order to take stock of the milestones and tendencies that have historically marked the approximations on this construct. The emergent categories that reflect the trends that characterize the chronological process were identified: the first, focusing the investigative explorations on the person and conceptualizations on the subject, and the second, focused on creativity as an individual, social and cultural process which defines both conceptualizations and investigatory approaches to the

construct. The transition from one tendency to another mark a change in the paradigm on how the creative act is conceived.

Keywords: creativity, divergent thinking, cultural psychology, paradigm.

Tabla de contenido

<u>0.0 Justificación.....</u>	<u>5</u>
<u>1.0 Pregunta problema.....</u>	<u>8</u>
<u>1.1 Objetivo general.....</u>	<u>8</u>
<u>1.2 Objetivos específicos.....</u>	<u>8</u>
<u>1.3 Categorías emergentes.....</u>	<u>9</u>
<u>2.0 Metodología.....</u>	<u>10</u>
<u>3.0 Resultados: Una aproximación histórica al constructo de la creatividad.....</u>	<u>16</u>
<u>3.1 Críticas a las aproximaciones metodológicas para estudiar creatividad.....</u>	<u>28</u>
<u>4.0 Discusión: Hitos y tendencias en el estudio de la creatividad.....</u>	<u>52</u>
<u>5.0 Referencias.....</u>	<u>58</u>

Justificación

Frente a los vertiginosos cambios del mundo contemporáneo en lo que tiene que ver con lo sociocultural, lo educativo, lo político y lo ambiental, entre otros, se requieren procesos creativos de innovación para afrontar las problemáticas de lo humano cada vez más complejas con el propósito de aportar a la construcción de sociedades más incluyentes, equitativas y sostenibles. (Oppenheimer.2014)

La presente investigación de corte documental busca hacer una reconstrucción histórica de tipo cronológico sobre el concepto de creatividad. En un principio, la investigación se enfocó en aquellos textos que permitieran identificar la manera como este concepto era definido y abordado, para finalmente lograr construir y validar un instrumento que midiera la creatividad en estudiantes universitarios.

El curso de la investigación cambió al incluir en las tablas o bases de datos, artículos de Vlad Glaveanu, (2010, 2011, 2012) ya que este autor realiza desde una perspectiva cultural, una aproximación más compleja y comprensiva sobre el concepto. Lo que llevó a replantear las intencionalidades investigativas propuestas en un principio ya que su producción documental permite distanciarse de aproximaciones que tienen pretensión de universalidad y estandarización en la exploración de este constructo.

Este viraje de la investigación llevó a un análisis sistemático de diferentes textos, y en el proceso se consideró que la mejor opción era desarrollar una investigación documental, sin pretensión de exhaustividad, que permitiera dar cuenta sobre las distintas aproximaciones que este constructo ha tenido en las últimas décadas.

Atendiendo a las intencionalidades de esta modalidad investigativa, se buscó hacer un análisis sistemático de información a partir de distintos documentos que permitieran, con rigor

metodológico, hacer una lectura crítica y heurística sobre el campo temático de la creatividad. En este marco, una revisión documental ha de ser fundamentada, acotada espaciotemporalmente, sistemática y flexible para posibilitar un análisis interpretativo sobre las principales tendencias, desde el punto de vista conceptual y de algunas investigaciones, que históricamente ha tenido el constructo objeto de exploración. En este horizonte, se pretende que el lector tenga una comprensión amplia de los cambios a lo largo de la historia que ha tenido la creatividad.

La revisión documental permitió evidenciar que no existe una definición de la creatividad comúnmente aceptada, lo que demuestra la complejidad del constructo y las dificultades de su exploración investigativa.

El estudio sobre la creatividad, desde la perspectiva psicológica, es relevante porque abre un campo fecundo de posibilidades de conceptualización y de exploración investigativa disciplinar. La creatividad como proceso psicológico superior en sus interrelaciones con otros procesos como inteligencia, personalidad, pensamiento, lenguaje, memoria, percepción, socio afectividad y desarrollos socio morales constituye una condición de lo humano vital para habitar el mundo físico, simbólico y sociocultural en el que interactuamos. Es la creatividad en este escenario lo que permite al sujeto agenciar procesos de transformación de sí mismo y del mundo que se torna cada vez más plural y complejo. En este horizonte la creatividad es una condición para la supervivencia y desarrollo humano clave para adaptarse proactivamente y de manera flexible al vertiginoso cambio de las sociedades contemporáneas que requieren de apertura, y de originalidad y de nuevas miradas para pensarnos y pensar el mundo que habitamos.

Las conceptualizaciones y la exploración investigativa en este campo, constituye un reto para la disciplina en el horizonte de buscar mayores comprensiones sobre este proceso para potenciar sus desarrollos a través de los distintos escenarios de socialización en los que

interactúa el sujeto. En particular, refiriéndose al escenario educativo, se requieren comprensiones que permitan potenciar este proceso que les permitan a los estudiantes (sean estos de primaria o de doctorado), nuevas herramientas y nuevas formas de comprenderse y transformarse a sí mismos y al entorno que los rodea.

Desde la perspectiva interdisciplinar, la creatividad se viene convirtiendo en un campo que requiere de abordajes interdisciplinarios dada su complejidad. No solo es importante la perspectiva que profundiza las condiciones del creador sino que se requieren comprensiones sobre los diferentes dominios del conocimiento en los cuales los productos creativos son soluciones a los retos que enfrentan las distintas disciplinas en el marco de los desarrollos de las sociedades contemporáneas. Es en el ámbito de comunidades académicas –audiencias- que se validan los productos creativos. Pero no solamente en los ámbitos de los desarrollos de la ciencia y la tecnología es necesaria la innovación sino que esta resulta fundamental para sortear los problemas que enfrenta el sujeto en su vida cotidiana.

Al expandir las posibilidades de aproximación a la creatividad desde un dialogo interdisciplinar, se abre un campo fecundo de exploración que permite comprensiones más profundas y holísticas sobre este proceso que posibiliten tanto desarrollos teóricos como investigativos y de intervención.

Pregunta problema

Caracterizar cómo se han transformado históricamente las aproximaciones sobre creatividad tanto conceptualmente como en algunas investigaciones, desde una perspectiva psicológica a fin de identificar posibles virajes que marcan hitos y reflejan tendencias de conceptualización e investigativas.

Objetivo general

- Revisar documentalmente cómo se ha explorado la creatividad a lo largo de siete décadas para identificar hitos y tendencias.

Objetivos específicos

- Mapear históricamente como se ha abordado el estudio de la creatividad.
- Reconstruir históricamente desde una perspectiva cronológica los distintos abordajes teóricos y de algunas investigaciones sobre el constructo de creatividad.
- Identificar categorías de análisis emergentes.
- Interpretar a partir de categorías emergentes los hitos y las tendencias que han caracterizado las aproximaciones de estudio sobre creatividad.

Categorías de análisis emergentes

- **Tendencia centrada en el sujeto para explorar la creatividad:** se caracteriza la creatividad como un proceso cognitivo o como un constructo asociado a otros procesos psicológicos.

- **Tendencia que focaliza en lo individual, lo social y lo cultural para explorar la creatividad:** se caracteriza por el énfasis no solo en lo individual sino en el dominio en el que se enmarca el proceso, el producto que se crea y la audiencia que lo valora en el marco de procesos culturales.

Metodología

Una revisión documental hace referencia al conocimiento que circula de un tema específico con el fin de mostrar el estado actual en el que se encuentra el campo sobre esa temática.

La revisión documental puede ser definida como una modalidad de investigación que busca sistematizar y en algunos casos analizar, de manera crítica, los trabajos realizados sobre un área específica. El propósito es entonces, identificar cuáles son las relevancias, redundancias, en algunos casos vacíos, tendencias y cambios en el campo del tema abordado (Escobar, 2004).

En este horizonte, la revisión permite acercarse al nivel de conocimiento y/o al grado de desarrollo al cual se ha llegado en un campo específico, resaltando la importancia del proceso histórico y cultural frente a la construcción del conocimiento sobre el tema.

En este marco, la revisión documental busca sistematizar críticamente el conocimiento que circula sobre un tema para de esta manera poder identificar las características más relevantes y esenciales sobre el tema explorado. A continuación se exponen los principales rasgos que orientaron la revisión documental:

- **Fundamentado:** la revisión documental exige recopilar información sobre el conocimiento fundamentado sobre el tema desde múltiples fuentes, tanto primarias como secundarias, que han sido reconocidas por la comunidad académica o que son fuentes no especializadas de información. En todo caso, es de vital importancia especificar en la revisión documental qué tipos de fuentes de información van a ser utilizadas. (Escobar, 2004)

En este caso, la exploración documental utilizó fuentes de información que en su mayoría son artículos de publicación en bases de datos de psicología, así como también de revistas de universidades y demás fuentes académicas.

- Tematizado: este rasgo se refiere, en la revisión documental, al mapa preliminar que ordena el contenido que se va a tratar. El mapa guía la identificación de los subtemas o las categorías a la luz de las que se va a trabajar la exploración documental (Escobar. 2004).

La presente investigación se enfocó en la recopilación de documentos que permitieran hacer una revisión histórica de los desarrollos conceptuales y de algunas investigaciones frente a los avances sobre el tema de la creatividad a fin de mapear el campo objeto de exploración. Para esto se construyó una base de datos sobre los artículos de creatividad recopilados.

- Acotado espacio temporalmente: se ha de acotar la revisión documental en términos de su historicidad haciendo referencia al aquí y el ahora del conocimiento; de otra parte se ha de acotar espacialmente el rastreo refiriéndose a la amplitud geográfica que se busca cubrir con la revisión: si es local, municipal, regional, nacional o internacional.

Existen tres posibles tipos de estudio en relación a la acotación temporal: el sincrónico, el diacrónico y el cronológico. El estudio de carácter sincrónico hace referencia a la selección de fuentes muy próximas en el tiempo, es decir, a fuentes del mismo año o de un rango de muy pocos años. (Escobar. 2004)

Los estudios de carácter diacrónico se refieren a lapsos más amplios de tiempo que pueden llegar a cubrir todo el proceso histórico lo que incluye el surgimiento y el desarrollo de un tema (Escobar. 2004).

En el estudio de carácter cronológico, se realiza una selección de momentos específicos, pero no continuos, para explorar la manera cómo se ha abordado un tema (Escobar. 2004).

El presente trabajo aborda el concepto de creatividad de manera diacrónica y cronológica. Se hizo una revisión documental de más o menos 7 décadas y lo explorado se presenta de manera cronológica para mostrar las diferentes formas de aproximación a este concepto a fin de analizar los cambios de perspectiva que ha tenido conceptual y en algunas investigaciones el estudio en este campo específico en el ámbito de lo internacional.

- Sistemático: este rasgo se refiere a la rigurosidad con la que se exploran de manera sistemática las fuentes documentales para hacer posteriormente el análisis de las tendencias emergentes (Escobar. 2004).

La exploración documental inició con la revisión sistemática de bases de datos que permitieran identificar artículos significativos que aportaran evidencia sobre cómo ha sido abordado el estudio de la creatividad. Se realizaron resúmenes y se analizó en profundidad cada uno de los artículos encontrados. Los artículos fueron ordenados a manera de base de datos en tablas, que dieran cuenta de los desarrollos cronológicos. Algunas de las bases de datos utilizadas fueron las que se presentan en la tabla a continuación:

Fuentes y bases de datos utilizadas

Nombre fuente	Tipo de documentos
<u>PsycARTICLES (APA- American Psychological Association)</u>	Artículos de revistas
<u>Psychology Journals (ProQuest)</u>	Artículos de revistas, libros
<u>Research Library (ProQuest)</u>	Artículos de revistas, libros
<u>Sage Premier</u>	Artículos de revistas, libros
<u>Vlad Glaveanu (fuente directa)</u>	Artículos de revistas, libros
<i>Journal of Personality and Social Psychology</i>	Artículos de revistas
<u>Metabuscador PUI</u>	Artículos de revistas, libros
<i>Culture & Psychology. Revista</i>	Artículos de revistas
<u>Jaen Valsiner (fuente directa)</u>	libro

- Flexible: este rasgo exige considerar la revisión documental como un proceso abierto que posibilite, a partir del análisis, identificar categorías emergentes que permitan dar cuenta de las diferentes perspectivas desde las cuales ha sido abordado el objeto de exploración. Adicionalmente posibilita, sobre el proceso, verificar la pertinencia de las fuentes de información y revisar el proceso de acopio, organización y análisis de la información a fin de confirmarlo o replantearlo. De ser requeridos cambios, estos han de ser el resultado de un análisis riguroso y producto de una aprobación consensuada del equipo de investigación. La idea de introducir cambios en el proceso busca un mayor rendimiento analítico, en el que se incluyan factores que no fueron considerados al inicio de la

investigación dado que éstos fueron revelados durante el proceso investigativo (Escobar. 2004).

La investigación ha sido flexible, dado que mutó a una revisión histórica sobre cómo se ha abordado el estudio de la creatividad ya que inicialmente se había propuesto la construcción de un instrumento que midiera la creatividad. La revisión del campo de estudio evidenció entonces, la pertinencia de virar y desarrollar la revisión documental que se propone visibilizar las múltiples miradas desde donde se abordado el tema objeto de exploración.

- Crítico: una revisión documental exige una postura crítica frente al conocimiento que circula socialmente. En este marco en la revisión documental el autor expone su punto de vista en el análisis que hace de las fuentes revisadas (Escobar. 2004).

La investigación realizada, además de mostrar las transformaciones sobre el concepto de creatividad plantea a la luz de la psicología cultural, una posible forma de comprender la creatividad como un proceso individual, social y cultural lo cual permite devolverse y analizar las posturas de otros autores ya que esta postura se distancia críticamente de aquellas que enfatizan como foco los rasgos de personalidad o los factores cognitivos solamente.

- Interpretativo: la revisión documental puede definirse como una interpretación de las interpretaciones disponibles. En este marco, cada abordaje de hecho es una interpretación sobre el tema y la revisión exploratoria de estas fuentes documentales exige un análisis de segundo nivel o meta interpretación de esta primera interpretación.

A lo largo del texto es posible identificar los cambios de perspectiva que históricamente han caracterizado la exploración del tema y ello permite hacer, a nivel de meta análisis, una interpretación sobre las tendencias que han predominado en las conceptualizaciones y en algunas investigaciones sobre el objeto de exploración. Históricamente la revisión documental permite

ver como un autor a partir de otro expone su propia interpretación frente al concepto. De manera retrospectiva, es posible observar como los planteamientos sobre creatividad desde el enfoque histórico cultural permiten hacer un análisis crítico sobre cómo el constructo ha sido abordado de maneras parciales a lo largo de la historia.

- Teleológico: la revisión documental ha de tener como intencionalidades últimas una mirada global del campo que oriente futuras investigaciones y conceptualizaciones sobre el tema (Escobar. 2004).

En este horizonte la presente revisión documental tiene como pretensión generar un insumo para futuros desarrollos investigativos sobre creatividad ya que en español las fuentes son limitadas y no hay una recopilación histórica que permita una mirada global sobre el campo.

Para el análisis de la información recabada y organizada en tablas se hizo una lectura rigurosa que permitiera identificar las categorías de análisis emergentes, que reflejan las tendencias que históricamente marcan las aproximaciones sobre el constructo de creatividad tanto en lo que tiene que ver con lo conceptual como en las investigaciones que fueron consultadas.

Resultados: Una aproximación histórica al constructo de la creatividad

La siguiente revisión documental con perspectiva histórica sobre el concepto de creatividad permite al lector hacer un recorrido cronológico, a través de diferentes posturas y de algunas investigaciones sobre el tema. Ello posibilita identificar cambios de mirada y algunas tendencias que se han dado a lo largo de la historia; igualmente permite, visualizar algunas de las críticas y alternativas planteadas que han sido tenidas en cuenta por unos autores e ignoradas por otros.

Al desarrollarse cronológicamente, el texto muestra cómo históricamente la creatividad ha sido abordada por muchos campos, entre ellos la psicología. Desde la disciplina, la aproximación al tema, ha tenido múltiples perspectivas como por ejemplo el estudio de los rasgos de la personalidad del creador, o los procesos cognitivos asociados al acto creativo o desarrollos más recientes como la psicología cultural. Una de las condiciones más relevantes sobre la creatividad, es la falta de una única definición aceptada y utilizada, lo que evidencia la complejidad del estudio de este constructo.

En el texto se presentan muchas de las definiciones que han sido planteadas a través de las historia. Estas poseen múltiples similitudes y discrepancias, permitiéndole al lector hacer un recorrido sobre los cambios a través de más o menos siete décadas del estudio de la creatividad.

La pregunta por la creatividad ha sido objeto de estudio por parte de la psicología desde hace varias décadas, siendo atribuida en un principio únicamente a los artistas, genios, científicos, etc. Pero como muchos conceptos en psicología, no se ha logrado establecer una definición estándar debido a la complejidad que esta abarca. Esta ha sido concebida como un atributo normal, una aptitud, un proceso intrapsíquico y hasta un estilo de vida. Ha sido descrita

como el paso para la innovación en ciencias, el buen desempeño en las artes y la razón de ideas nuevas. La creatividad ha sido comparada y relacionada a la inteligencia, la productividad, la originalidad, entre otros conceptos . (Golann. 1963; Kaufman & Sternberg. 2010)

Dos de los principales autores y pioneros de la creatividad son Guilford y De Bono. El primero comenzó por plantear a la American Psychological Association en 1950 la importancia de profundizar en este concepto que hasta el momento era explicado desde la imaginación por los pocos investigadores que se atrevían a tratarlo ya que durante esa época la psicología estaba tratando de comprender procesos como la percepción y la memoria, dejando la creatividad como algo secundario. Este autor fue uno de los primeros en realizar una diferenciación entre creatividad e inteligencia, ya que en la época se esperaban actos creativos de personas con un coeficiente intelectual alto y actos poco creativos de las personas con un coeficiente intelectual bajo. Además, aportó aproximaciones conceptuales al pensamiento divergente. (Golann. 1963; Romo. 1987; Kaufman & Sternberg. 2010)

Se llegó al acuerdo de tres conceptos que abarcaban la creatividad, siendo estos: originalidad, adaptabilidad y realización. Esta delimitación de los tres conceptos, condujo a investigar el acto creativo una vez este haya tenido lugar y no previamente, cuando solo es potencial creativo. Por esta razón, las áreas identificadas como creativas eran la escritura, arquitectura, matemáticas, investigación industrial, física e ingeniería. (Mackinnon. 1962)

Guilford trato de definir la estructura del intelecto mediante factores analíticos. Es decir, que la falta de información en relación a la creatividad se debía al desconocimiento de un método adecuado para su estudio. Además, planteo que la creatividad hacia parte de la amplia estructura del intelecto y debía ser estudiada mediante el análisis de factores. Para Guilford los rasgos de aptitudes asociados a la creatividad son: habilidad de identificar los problemas, la rapidez de

pensamiento, la flexibilidad de pensamiento tanto espontánea como adaptativa, la originalidad, la redefinición y la elaboración. Estos factores son identificables y medibles mediante los instrumentos diseñados y adaptados por él. Guilford definió la creatividad en 1950, como una combinación de rasgos, los cuales permitían la capacidad de invención, de organizar, de elaborar, componer y planificar. (Golann. 1963; Kaufman & Sternberg. 2010)

En 1953, Munsterberg y Mussen realizaron estudios de la creatividad derivados de hipótesis del psicoanálisis de la personalidad creativa. Donde la expresión creativa era vista como el producto de la represión de impulsos no aceptados (Golann. 1963).

Identificar a un sujeto como creativo o a algo como un producto creativo, solo era posible si expertos acordaban que este lo era. En un principio, en el “comité para el informe sobre los criterios de creatividad” se estipuló que, para el estudio del comportamiento creativo, se habrían de investigar como primer recurso los productos. Al ser juzgados como creativos, estos permitían identificar el comportamiento y a la persona con atributos relacionados a la creatividad (Golann. 1963).

El estudio de la creatividad, puede ser realizado de forma alterna a los productos mediante el estudio del proceso creativo. Para Harmon (1956: citado en Golann. 1963) lo esencial del proceso creativo, es que esta nueva creación brinde una solución a un problema existente. Mediante la producción de algo nuevo, sea esto un objeto, una idea o la reorganización de elementos existentes. Stein en 1956, propuso que la creatividad es un proceso de formulación de hipótesis, comprobación de la hipótesis y la capacidad de comunicar los resultados encontrados (Krumm, Arán & Bustos. 2014).

Ghiselin resaltó en 1955 la importancia del dominio en el campo donde se pretenda lograr actos creativos. En 1956 Ghiselin, describió el insight como el punto vital de la creación en la

mente, donde la diversidad y los pensamientos no conscientes juegan un papel determinante a la hora del proceso creativo. (Nicholls.1972; Golann.1963)

En 1958 Ghiselin, propuso dos niveles de creatividad: el nivel más alto introducía nuevos elementos y orden de significados, mientras que el nivel más bajo desarrolla el cuerpo del significado al dar un uso avanzado a los productos creados. (Golann. 1963)

En 1959, Harris postuló seis pasos en el proceso creativo: 1) identificar la necesidad, 2) recolectar información referente a esta, 3) realizar un análisis de la situación, 4) imaginar una posible solución, 5) verificar la efectividad de esta posible solución, 6) aplicar la solución.

También planteo que la diferencia entre una persona creativa y una que no es considerada como tal, es la velocidad con la cual se transita del primer al sexto paso. (Golann. 1963).

En 1959, Taylor planteo las limitaciones que las leyes de la lógica y el método científico, generan en el pensamiento creativo. De acuerdo a 100 definiciones que revisó de la creatividad, propuso cinco niveles para esta donde la expresión creativa involucra habilidades, originalidad y la calidad del producto. Pero es mediante la espontaneidad y la libertad que el pensamiento creativo tiene lugar. Allí, donde la creatividad emerge es posible la capacidad de transformar la realidad y percibir un orden diferente al actual, como si se tratara de un ambiente plástico y moldeable. Pero depende también de la posibilidad de comunicar estos cambios a los otros. (Golann. 1963)

Maslow habló de la auto realización creativa en 1959, como la capacidad de darle mayor importancia al locus interno en vez de a las opiniones externas. Ello exige reconocer la importancia de la apertura a nuevas experiencias (Golann. 1963).

La personalidad, es uno de los factores relevantes en el estudio psicológico de la creatividad. Se pueden identificar dos ejes en relación a su estudio: siendo el primero el estudio

de la motivación del comportamiento creativo y el segundo, las características de personalidad o los estilos de vida de aquellas personas consideradas como creativas. La creatividad es concebida como la manera mediante la cual las personas satisfacen su necesidad de relacionarse con el mundo que los rodea y percatarse a sí mismos en acción con relación con éste. (Golann. 1963)

Golan propuso en 1961 el motivo creativo, siendo este un constructo desde el cual se pretendía explicar que el producto sólo era una parte del comportamiento creativo. Ya que este producto sólo era observable cuando la persona creativa entraba en relación con el ambiente. Ya que son estas situaciones las que generan estímulos que motivan el acto creativo. (Golann. 1963)

En el estudio realizado por Mackinnon y Donald (1962) se le preguntó a un panel de arquitectos expertos y reconocidos, que nominarán a los 40 arquitectos más reconocidos de Estados Unidos. Se nominaron 64, de los cuales 40 aceptaron ir a Berkeley por un fin de semana para ser estudiados de manera rigurosa. En este estudio no se utilizaron tests de creatividad, debido a las limitaciones que estos generan. Tras numerosas entrevistas en profundidad y aplicaciones de tests de inteligencia y personalidad, se concluyó que en su mayoría se puede identificar un deseo por lograr un aumento en el atractivo personal, así como mayor confianza en sí mismo, madurez y un nivel intelectual superior al normal. No se encontró una relación entre inteligencia y creatividad, lo cual nos permite identificar como desde 1962, estas dos variables están asociadas, pero a su vez, hay evidencia que plantea que no hay relación significativa entre las mismas. Es decir, que si una persona no se desempeña de manera creativa tiene poco a nada que ver con factores intelectuales.

El conductismo considera la creatividad como un proceso asociativo donde la clave del mismo es el orden en el que se presentan las respuestas. Mednick en 1962 propuso que la creatividad entonces sería el resultado de la combinación de múltiples elementos asociados, lo

cual genera múltiples respuestas. Entonces las personas creativas serían aquellas que poseen una jerarquía de asociación plana, entendiendo esto como respuestas donde no prima la dominancia lo cual genera una distribución amplia en la cantidad de respuestas posibles. (Rodrigo & Rodrigo. 2012) Koestler definió la creatividad en 1964, como un proceso asociativo donde dos matrices de pensamiento se unían para generar una nueva forma de percepción o invención. (Amabile. 1983) Wallach y Koganen 1965, siguiendo lo propuesto por Mednick sobre el concepto de asociación en creatividad, resaltaron la importancia de la disponibilidad de asociación en el proceso creativo. (Nicholls. 1972)

En 1969, Torrence describió la creatividad como un proceso donde el sujeto identifica problemas desde su sensibilidad, propone soluciones y las comprueba, pero de ser necesario las cambia (Selby, Shaw & Houtz,. 2005; Krumm, et al. 2014).

Podemos enunciar entonces tres conceptos claves en los cuales los autores (Nicholls.1972; Amabile. 1983; Selby, et al. 2005; Krumm, et al. 2014) anteriormente mencionados coinciden, el primero sería la fluidez comprendida como la capacidad de proponer una gran cantidad de ideas, el segundo sería la flexibilidad como aquella disposición frente al cambio y el tercero sería la capacidad de elaboración donde aquellas destrezas frente a la organización, la elaboración y la proposición de soluciones son vitales.

Por otro lado, De Bono (1970) planteó dos tipos de pensamiento, el pensamiento vertical o convergente y el pensamiento lateral o divergente, estando el último tipo de pensamiento relacionado directamente con la creatividad, la cual comenzaba a hacerse cada vez más importante debido a la posibilidad de avances y progreso que podría brindar.

A continuación, se definirán los dos tipos de pensamiento planteados por Guilford y De Bono (1970) los cuales serán posteriormente bases importantes para la comprensión de este proceso y las diferentes aproximaciones al mismo que se han dado históricamente.

- El pensamiento vertical o convergente es comprendido como la manera mediante la cual se resuelven problemas conocidos y establecidos, los cuales en su mayoría destacan por una única posibilidad de solución, es decir, que estos tienen una única dirección. Por eso, en estos casos se hace alusión a una realidad posible conocida que tiene límites establecidos, los cuales no cambian durante el proceso y la búsqueda que se recorre va en una dirección ya trazada, lo cual a excepción de problemas matemáticos o lógicos puede llegar a ser muy limitante debido a las múltiples soluciones que hay para la mayoría de problemas. (De Bono. 1970; Romo. 1987).
- Por otro lado, el pensamiento divergente es entendido por los autores como una concepción múltiple de planos y caminos posibles y en muchos casos simultáneos. Es decir que para lograr este tipo de proceso se ha de destruir esquemas y límites establecidos para dar paso a caminos y soluciones nuevas y originales; los cuales son posibles debido a conocimientos previos que se tienen pero que se articulan de una manera nueva o novedosa y generan nuevas conexiones. Ya que al no tener una ruta de acción trazada, permiten generar múltiples soluciones a un problema en vez de una única solución al mismo. Este tipo de pensamiento hace parte del proceso creativo y es de vital importancia para entenderlo, reconociendo también la importancia del pensamiento convergente o vertical para lograrlo. (De Bono. 1970; Romo. 1987)

A partir de estos planteamientos se dejó de concebir a la creatividad como algo externo al ser humano o como un don con el cual este nacía y que unos poseían y otros no. Se empieza a

concebir la creatividad como una habilidad que puede ser potenciada a partir de procesos adecuados. Ya que después de cierto grado de inteligencia todos los seres humanos tienen una capacidad creativa. Como se mencionó en el pensamiento divergente, la experimentación es un gran aspecto de la creatividad posibilitando la generación de nuevas direcciones y posibilidades. Pero los procesos creativos también son procesos de expresión y si nos es difícil comunicar y expresar nuestra individualidad, este proceso va a ser complicado y en algunos casos doloroso. (Iglesias. 1999)

Comenzamos entonces a comprender que la creatividad tiene que ver con aspectos de la personalidad, pero también del contexto y especialmente de la educación tanto formal como informal; que esta puede ser desarrollada al ser una habilidad que todos poseemos, pero como lo expresa claramente De Bono a continuación tiene mucho que ver con nuestra percepción “no vemos el mundo tal como es sino como lo percibimos. Las pautas de la percepción han sido construidas por determinada secuencia de experiencia, por tanto, percibimos el mundo en términos de pautas establecidas creadas por lo que tenemos frente a nosotros en cada momento. El cerebro sólo ve lo que está preparado para ver. Si tenemos una percepción limitada, podemos tomar una decisión perfectamente lógica, coherente con esa percepción limitada. El razonamiento puede ser correcto, pero si las percepciones son limitadas o defectuosas, la acción resultante es inadecuada. Así pues, la esencia de la creatividad descansa en la habilidad para tener percepciones nuevas, pero la percepción es una actividad intencional y selectiva, pues de los muchos estímulos que llegan a los sentidos sólo unos pocos son seleccionados por el sujeto en función de sus intereses, actitudes o experiencias” (Iglesias. 1999. Pág. 944).

En 1972, Nicholls postuló que se pueden identificar dos enfoques en relación al estudio de la creatividad. El primero siendo la investigación frente a los productos como elementos de

evaluación de la creatividad en constante intercambio con factores sociales. El segundo es la identificación de rasgos que caracterizan y permiten diferenciar a las personas creativas de las que no lo son. Para lograr esta identificación de rasgos se establecieron criterios como la diferencia entre creatividad eminente y creatividad de la gente común. Pero ello, se evaluaban los productos creados, ya que era en estos donde residía la diferencia entre los dos criterios anteriormente mencionados (Nicholls.1972).

La hipótesis del creador eminente y los rasgos de este a diferencia de la gente común, no era clara debido a que variaba mucho de una persona considerada como creadora eminente a otra. Para ello se utilizó lo planteado por Jackson y Messick en 1965, donde la originalidad era un requisito indispensable a la hora de estudiar y evaluar creatividad. Para esto se buscó aislar las características de los creadores eminentes y así lograr que el rasgo de creatividad tuviera el mismo significado para los sujetos normales y los creadores (Nicholls.1972).

Para lograr identificar y validar los o el rasgo de la creatividad se implementaron dos pasos. En el primero, se deben lograr aislar las características que contribuyen a la capacidad de crear en los creadores eminentes. En el segundo, se ha de realizar una comparación frente a las mediciones realizadas con la población normal y de ser aceptado el rasgo identificado, calificarlo con una relación positiva. No se puede tener en cuenta el campo de trabajo en el que es estudiado el creador eminente, ya que varía mucho entre sujetos. Por lo cual se ha de buscar identificar aquello que es considerado como creación eminente independiente del campo donde es desarrollada. Las características identificadas en los creadores eminentes, fueron el pensamiento divergente, inteligencia, tareas intrínsecas y la preferencia por la complejidad (Nicholls.1972).

La motivación juega un papel determinante en el proceso creativo de acuerdo a lo planteado por Nicholls. Ya que permite tener una constancia para desarrollar las habilidades necesarias y

así superar los obstáculos que se presentan para encontrar las soluciones necesarias.

Cruchchfield (1962; citado en Nicholls, J.1972) en contraste a lo anterior, propuso que este involucramiento partía del ego como resistencia social debido a una fuerte orientación hacia la realización y la culminación de metas. Para lograr que un concepto como rasgo de la creatividad se aceptado, se ha de encontrar relaciones positivas que evidencien nexos entre pensamiento divergente, inteligencia, tareas intrínsecas y la preferencia por la complejidad (Nicholls.1972).

Pero como en muchos conceptos de la psicología, realizar este tipo de mediciones es bastante complejo debido al constante cambio que tiene la subjetividad humana (Valsiner, 2013). Por eso en el artículo de Nicholls, se concluye que no hay evidencia que respalde la existencia de rasgos específicos de personas eminentemente creativas. Ya que estos varían dependiendo el contexto, campo de trabajo, habilidades, factores sociales, etc. Se ha de reconocer entonces, a todas las personas con un potencial creativo. Ya que las mediciones realizadas no permiten determinar un rasgo característico, más allá de lo socialmente aceptado (Nicholls.1972).

Desde la psicología de la Gestalt, se concibe la creatividad según lo propuesto por Novaes en 1973 como la capacidad que posee el individuo de reorganizar y reconfigurar los elementos estimulares utilizando la flexibilidad, el análisis y la síntesis como herramientas que transforman la manera como este percibe el mundo. En el psicoanálisis la creatividad bien sea individual o colectiva es concebida como la sublimación de un instinto, McClelland propone la creatividad como la manera mediante la cual se integran los dos estímulos opuestos, vida y muerte (Rodrigo & Rodrigo. 2012).

Simonton en 1975, habla de la influencia que tienen ciertas variables en la creatividad individual. Pero para lograr estudiar esto se ha de dividir la vida de los sujetos en fases manejables e identificables. Ya que primera hipótesis que se planteó fue que a lo largo de la vida

se presentan diferentes variables las cuales pueden o no influir en la actividad creativa. Para esto se ha de comenzar por el periodo de desarrollo de los seres humanos, donde una persona no tiene necesariamente actos creativos, pero puede o no adquirir habilidades que lo potencien dependiendo de las experiencias que tenga. Después se identifica un periodo productivo, donde la persona realiza la mayor cantidad de creaciones y es reconocido como un creador eminente. Finalmente, se da un periodo de consolidación, donde el creador eminente busca finalizar aquellos trabajos no concluidos y puede dedicarse a administrar lo creado o descansar de todo. Aunque este periodo de consolidación, también puede convertirse en una continuación del periodo productivo (Simonton. 1975).

A continuación, Simonton planteó cinco hipótesis que pueden aparecer durante el periodo productivo:

- Hipótesis 1: el periodo productivo tiene una función positiva frente a la habilidad de identificar modelos creativos a seguir durante el periodo de desarrollo. Ya que el desarrollo creativo depende en gran medida de la habilidad para identificar personas creativas y aprender de estas. Debido a que, a mayor número de esos otros significativos con potencial creativo, mayor es la probabilidad de identificarse con un innovador. Lo cual motivaría la búsqueda por adquirir aquellas habilidades y rasgos que le permitan definirse como tal en el periodo de producción (Simonton. 1975).
- Hipótesis 2: la creatividad del periodo productivo es una función positiva de la extensión de la diversidad cultural durante el periodo de desarrollo individual. El estudio del estilo cognitivo y de personalidad en creatividad, le da una gran importancia al relativismo, la complejidad, la diversidad, la riqueza de estímulos y características similares a la originalidad. Esta diversidad psicológica se genera al exponer al sujeto a diferentes

puntos de vista e intereses, mediante la educación y la socialización. Debido a que el acto creativo es la síntesis o la integración aparentemente aleatoria de conceptos asociados.

Porque a mayor cantidad de estímulos a los que el sujeto es expuesto, hay una mayor probabilidad de síntesis creativa en el periodo productivo. Por eso a la hora de potenciar la creatividad, se ha de pensar en ambientes ricos en estímulos, en diversidad y en múltiples puntos de ver las cosas (Simonton. 1975).

- Hipótesis 3: la creatividad durante el periodo creativo es una función negativa del grado de inestabilidad política durante el periodo de desarrollo mental del sujeto. La principal premisa para este planteamiento es la necesidad de pensar que el sujeto controla su destino y que el mundo es potencialmente predecible ya que es racional. Para lo cual es necesario que el contexto en el que se encuentra el sujeto tenga políticamente líderes racionales y predecibles. Contrario a si el contexto está en una constante revolución, asesinatos y cambios políticos. Lo cual puede generar una forma de pensar mística o estoica en el sujeto afectando su creatividad (Simonton. 1975).
- Hipótesis 4: el periodo productivo de la creatividad es una función negativa del nivel de guerra contemporáneo. Como otras variables políticas, la guerra puede influir psicológica y económicamente en el desarrollo del sujeto. Al afectar los niveles de estrés y ansiedad, lo cual puede ocasionar un alto en el proceso creativo (Simonton. 1975).
- Hipótesis 5: el periodo productivo de la creatividad es una función negativa del nivel de persecución contemporáneo. Las medidas que un gobierno toma frente a la diversidad de expresión como la intimidación. Tiene un efecto negativo en el desarrollo creativo individual (Simonton. 1975).

Estas hipótesis hacen referencia a la intersección entre variables psicológicas y socioculturales, las cuales no han sido objeto de interés por parte de los psicólogos sociales. Debido en parte a la dificultad que conlleva el estudio de variables sociopolíticas y culturales. Sin embargo, estas pueden ser abordadas mediante el análisis de datos de archivos ya que no es posible estudiar estas variables en un laboratorio o en un experimento de campo. Esta revisión de archivos y datos históricos, permite identificar características culturales relacionadas con la creatividad de la época y el contexto. Uno de los limitantes en el estudio de la creatividad y la inteligencia es la manera como el sujeto es aislado de su contexto (Simonton. 1975).

Criticas a las aproximaciones metodológicas para estudiar creatividad

En 1982 Amabilia expone que no se ha desarrollado casi nada de investigación alrededor de la psicología social de la creatividad. Ya que esta ha sido orientada hacia el enfoque de personalidad, buscando identificar y describir factores de la personalidad creativa. Pero la investigación en psicología social de la creatividad conlleva beneficios para el estudio de la personalidad creativa. Debido a que al estudiar variables sociales que influyen en el desarrollo de esta se puede lograr una comprensión más amplia frente al desarrollo y manifestación de la personalidad (Amabile. 1982).

En las décadas previas a 1982 se presentó un incremento en el estudio de los efectos sociales, como influyentes en el desarrollo de la motivación y aspectos cognitivos. Factores claves para el estudio y comprensión de la creatividad. Se pueden identificar dos metodologías utilizadas por la psicología social para su estudio: por un lado, la revisión de archivos y documentos, y por otro la experimental (Amabile. 1982).

La primera metodología consiste en la revisión de archivos como biografías, antologías, historias y demás documentos que permitan identificar características propias de la época y formas de interpretar y significar esta. Con lo cual se busca probar hipótesis planteadas sobre variables sociales, donde factores como la inestabilidad política y otras condiciones sociales influyen en la producción creativa. Esto a su vez debe ir de la mano con técnicas experimentales, para identificar con más claridad estas variables y los factores sociales que influyen en la creatividad (Amabile. 1982).

La metodología experimental ha utilizado principalmente dos formas de abordar el estudio de la creatividad. La primera es postular jueces para los productos y que estos determinen si pueden ser o no considerados como producciones creativas. La segunda, utilizada por la mayoría de investigadores, es la aplicación de test estandarizados, los cuales tienen características muy similares a los test de inteligencia. A pesar de que estas dos formas establecidas y aceptas son utilizadas, el problema metodológico frente al estudio de la creatividad, ha sido la falta de una definición aceptada y utilizada como punto de partida. Ya que se propone una definición diferente, prácticamente por cada investigación realizada (Amabile. 1982).

Un problema conceptual frente a la aplicación de tests como metodología experimental, es la falta de una definición operacional de la creatividad como se mencionó anteriormente. Algunos autores mencionan que un día se lograra establecer una definición aceptada, mientras otros exponen que encontrar una definición que se adapte a todos los productos y acciones creativas no sería funcional. Además de la falta de precisión a la hora de definir variables como la novedad o la originalidad, las cuales al igual que el concepto de creatividad no tienen criterios estándares explícitos para su estudio y la forma adecuada de abordarlos (Amabile. 1982).

Otro problema relacionado a la aplicación de tests, es la subjetividad a la hora de calificar y analizar de manera objetiva los resultados. Ya que estos son realizados bajo la subjetividad y la forma de interpretarlos de la persona que los aplica; o retrocediendo un poco más, de la persona que los diseña. Por ello, el estudio de los productos es uno de los más utilizados para abordar la creatividad (Amabile. 1982).

Al conceptualizar el proceso creativo, Amabila propone que el proceso creativo depende de tres clases de factores: habilidades dominantes relevantes, como el conocimiento y talento frente al dominio, los cuales dependen de habilidades innatas y aprendidas. Habilidades creativas relevantes, como el estilo cognitivo, hábitos de trabajo; y por último la motivación frente a las tareas a realizar que depende de preferencias individuales y metas orientadas socialmente. Plantea también, que el estudio de la creatividad ha de entrelazar tres factores: lo cognitivo, la personalidad y lo social ya que ello permitiría a los investigadores tener una comprensión más amplia de la creatividad (Amabile. 1982).

La definición propuesta por Amabile (1982) es la siguiente “Un producto o respuesta es creativo en la medida en que los observadores están de acuerdo en que es creativo. Los observadores apropiados son aquellos familiarizados con el dominio en el que se creó el producto o la respuesta articulada. Así, la creatividad puede ser considerada como la calidad de productos o respuestas consideradas creativas por observadores apropiados, y también puede considerarse como el proceso por el cual algo juzgado se produce” . (P.1001) La definición anterior, se basa en el estudio de los productos a diferencia de las características de la personalidad. Ya que parte de la lógica que el producto, sea este físico o no, es lo que puede ser observado y evaluado como creativo facilitando el estudio empírico en creatividad. Otro aspecto relevante de esa definición, es la subjetividad. Ya que la calificación de un producto como

creativo está completamente ligado al contexto y la audiencia a la cual es presentado. Por lo tanto, la subjetividad está siendo tenida en cuenta al ser los jueces parte de este contexto y conocedores del dominio al que pertenece (Amabile. 1982).

La definición anterior, parte de ciertos supuestos. El primero es pensar que es posible obtener una calificación confiable de un producto como creativo, a partir de un grupo de jueces conocedores del campo al que este producto pertenece. Aunque parece difícil en primera instancia reconocer características específicas de la creatividad únicamente a partir de un producto, se puede también plantear que es algo que la gente reconoce al ver, más aún las personas conocedoras de productos relacionados a este, quienes pueden acordar si es o no una producción creativa. El segundo, es la existencia de grados de creatividad. los cuales pueden ser identificados mediante la definición consensual. Donde algunos productos son más o menos creativos que otros (Amabile. 1982).

Se ha de considerar lo propuesto posteriormente por Amabile (1983), en relación a las situaciones que provocan o generan actos creativos. Ya que estas no eran estudiadas en profundidad debido a que el foco de atención en el estudio de creatividad, estaba puesto sobre la persona. Principalmente en factores intrapersonales, dejando a un lado factores externos que determinan la conducta. Por ejemplo, se enfatizó en factores genéticos sin tener en cuenta el impacto del aprendizaje y el contexto social de los sujetos.

Esta autora realizó una crítica al estudio de rasgos de la creatividad ya que no se debe considerar a la creatividad como un rasgo de la personalidad o una habilidad general, sino como un comportamiento producto de características personales, habilidades cognitivas y los diferentes ambientes o contextos sociales. Esta complejidad puede ser evaluada a través de los productos. Sólo es posible comprenderlo mediante el estudio de las tres características anteriormente

mencionadas. Por eso el abordaje de la psicología social sola, no da respuesta al estudio de la creatividad; como tampoco lo hace el estudio de la personalidad creativa o el enfoque cognitivo solos. Se ha de buscar integrar las diferentes aproximaciones frente a la creatividad, para así tener un abordaje amplio que abarque la mayor cantidad de características posibles (Amabile. 1983).

Pero uno de los problemas existentes en torno a la creatividad, es que esta es estudiada principalmente a partir de conceptualizaciones contrario a un abordaje operacional. Es decir, que no hay criterios de evaluación reales ya que estas conceptualizaciones no cuentan con trabajos empíricos. Por lo cual Amabile, considero apropiado proponer dos definiciones de la creatividad. Una operacional y una conceptual para ampliar el abordaje de la creatividad (Amabile. 1983).

- Definición operativa: sería la referente a los productos ya que dados los avances hasta 1983 en psicología, una definición de proceso no sería factible para el estudio de la creatividad. Por eso la forma de evaluar un pensamiento sería a través de la expresión de este en un producto o respuesta. Porque para poder identificar rasgos de la personalidad se ha de evaluar el trabajo de la persona y la habilidad con la que este lo desarrolla. Pero para establecer que producto es creativo o no se necesitan acuerdos sociales; como, por ejemplo, para establecer quien es considerado atractivo o no, se necesita tener en cuenta el contexto. Por lo tanto, caracterizar algo como creativo o a alguien como creativo depende de juicios subjetivos sujetos a contextos específicos. La autora propone que abandonar, entonces, la búsqueda de una definición objetiva y universal sería apropiado para el estudio de la creatividad. Retomando lo expuesto define el constructo operativamente como “un producto o respuesta es creativo en la medida en que los observadores están de acuerdo en que es creativo. Los observadores apropiados son

aquellos familiarizados con el dominio en el que se creó el producto o la respuesta articulada. Así, la creatividad puede ser considerada como la calidad de productos o respuestas consideradas creativas por observadores apropiados, y también puede considerarse como el proceso por el cual algo juzgado se produce” (Amabile. 1982. P. 1001; Amabile. 1983). En esta definición es posible identificar varios supuestos: la posibilidad de caracterizar el proceso creativo al observar productos o respuestas. Para lo cual se necesita tener en cuenta el contexto y la relación de este con el producto. También se asume que la creatividad es algo que la gente puede reconocer sin la necesidad de una definición a pesar de que caracterizarla a través de un producto sea complicado. La definición propone una forma o cualidad básica de creatividad en los productos, la cual es identificable sin importar el campo al cual pertenezca (Amabile. 1983).

- Definición conceptual: una definición operacional por sí misma no abarca totalmente desde el punto de vista teórico el concepto de creatividad. Debido a que el estudio empírico de la creatividad no lograr caracterizar adecuadamente el proceso y producto creativo, se deben postular supuestos teóricos. Para esto se retoman posibles respuestas de los observadores cuando identifican a un producto como creativo. Define entonces conceptual de la creatividad como: “Un producto o respuesta será juzgado como creativo al considerar que (A) es a la vez novedoso y apropiado, útil, correcto o valioso a la tarea en cuestión y (b) la tarea es heurística en vez de algorítmica” (Amabile. 1983. P. 360). En las tareas algorítmicas el camino de solución ya está trazado y no hay admite múltiples respuestas. Contrario a las tareas heurísticas donde el camino no es claro y hay una gran posibilidad de soluciones. (Amabile, T. 1983. Pág. 360). Esta definición está alineada con

la propuesta anteriormente en relación a los productos. (Amabile. 1983; Salazar, et al . 2014)

La definición conceptual de la creatividad se articula con la definición operacional, ya que busca explicar cómo evolucionan las características no observables en el producto sobre el proceso creativo. Aunque estas características no cuentan con un respaldo empírico, pretenden guiar a los observadores sobre lo que deben buscar en los productos para categorizarlos como creativos (Amabile. 1983; Sekowski. 1999).

Para Sternberg en 1991, son seis los aspectos fundamentales en relación al acto creativo, los cuales son mencionados a continuación: los estilos de pensamiento que posee la persona, las habilidades cognitivas, el conocimiento sobre el tema que está abordando, la motivación sobre la cual varios autores hablan como lo que permite que haya una continuidad en el proceso, la personalidad y el contexto en el cual se encuentra la persona. Con lo cual se comienza a postular un primer acercamiento a la definición de creatividad al integrar posturas de diferentes autores comprendiéndola como una capacidad que permite utilizar de una forma nueva y diferente, conocimiento e información previa para así hallar soluciones divergentes a los problemas que se presentan, las cuales son eficientes, apropiadas para el contexto, novedosas y de alta calidad (Silvio & Elisondo. 2007). El sujeto ha sido el factor principal de estudio en relación a la creatividad para postular y diferenciar un perfil entre las personas creativas y los que no lo son, cada enfoque en psicología contribuyo con un punto de vista durante el paradigma clásico de la creatividad.

En 1997 Romo, define la creatividad como la respuesta novedosa y útil a problemas. (Krumm, et al. 2014) Hennessey y Amabile en 1998, introducen el concepto de sinergia motivacional. El cual hace referencia a situaciones muy específicas donde la recompensa puede o

no tener impacto en la motivación intrínseca y la creatividad. Contrario a lo planteado por Eisenberger y Cameron, quienes creían que la recompensa siempre influía en la sinergia motivacional y la creatividad (Hennessey & Amabile. 1998).

En Lubart y Sternberg (1998) plantearon que la creatividad varía a través del tiempo y el espacio. Lo cual se explica a continuación:

- La creatividad a través del tiempo: la creatividad es categorizada como tal mediante la evaluación de productos como novedosos, apropiados y de alta calidad. Es decir, que la productividad creativa de una persona, es evaluada por la cantidad de productos creativos creados en un tiempo determinado. Generalmente esta productividad se incrementa con la edad hasta más o menos los cuarenta donde esta disminuye. Aunque esto depende de la disciplina a la que pertenezca la persona. Por otro lado, la calidad productiva no depende de la edad, sino que está relacionada con la cantidad de trabajo que se produce. Ya que a mayor cantidad de trabajo, mayor probabilidad de crear algo que genere impacto. (Lubart & Sternberg. 1998).
- La creatividad a través del espacio: este lugar donde la actividad creativa es realizada, es descrito dependiendo del contexto en el que se encuentre. Este puede ser familiar, académico, laboral y cultural. El texto, se enfoca en los distintos ambientes culturales; definiendo la cultura como un sistema cognitivo, de comportamientos, costumbres, valores, reglas y símbolos que determinan la manera como las personas interactúan social y físicamente. Generalmente el nivel de creatividad, parece estar relacionado con los temas culturales y el mantenimiento de los mismos. La cultura puede fomentar o cohibir el proceso creativo dependiendo de las tradiciones y las costumbres que esta tenga. Por lo

cual identificar la relación entre creatividad y cultura es de vital importancia para una adecuada aproximación a este concepto (Lubart & Sternberg. 1998).

En 1999 Runco y Sakamoto plantearon que la creatividad está asociada a múltiples factores como el de la evolución, las relaciones sociales y la manera en que aprendemos y somos educados; pero a su vez esta se puede dar de diferentes maneras y en una gran variedad de campos (Krumm, et al. 2014; Golann. 1963).

Otros autores plantean que hay muchos más factores a tener cuenta como el factor genético planteado por Csikszentmihalyi en 2006 el cual, puede facilitar el proceso creativo debido a una predisposición genética, aunque como él mismo lo plantea, sino no hay un interés y una motivación que permita constancia y dedicación frente a lo que se quiere realizar, no se va a lograr crear algo. También es necesaria apertura frente a la novedad y la variabilidad. (Cropley. 2006; López & Navarro. 2010).

Desde la neuro psicología, se adoptó una definición de creatividad concreta que abarca lo propuesto por Stein, Runco y otros autores anteriormente mencionados; se define a la creatividad como una producción de algo que es útil y a la vez novedoso. Ello permite abordar el complejo concepto de la creatividad no sólo como una capacidad humana, ni tampoco como una capacidad exclusiva de humanos talentosos, sino como una capacidad identificable en otras especies a través de la evolución. En 1960 Donald Campbell propuso la teoría de la variación ciega y la retención selectiva (BVSR), debido a las similitudes que este identificó entre la prueba y error y la selección natural a través de la evolución ya que se introducía una variación, se daba un proceso de selección a partir del ensayo y error y luego esta variación era retenida para ser repetida. Esta variación ciega tiene muchos elementos del pensamiento divergente ya que, a

mayor habilidad de generar una gran cantidad de ideas, hay mayor probabilidad de crear innovación (Jung, et al. 2013).

En relación a la personalidad y el desempeño creativo, encontramos el estudio realizado por Limiñana, Corbalán y Sánchez en 2010 donde participaron 86 estudiantes, el 50% eran de logopedia y el otro 50% de psicología; el 15,1% eran hombres y el 84,9% eran mujeres. Se utilizaron los siguientes instrumentos: el MIPS (millón índice of personality styles) el cual es un inventario de estilos de personalidad que evalúa ésta a partir de tres dimensiones: las metas motivacionales, los modos cognitivos y los comportamientos interpersonales. Se utilizó el test CREA el cual evalúa la inteligencia creativa mediante el indicador de generación de cuestiones y para evaluar la cognición de la creatividad individual se evaluó el pensamiento divergente haciendo alusión a la solución de problemas de múltiples maneras. Los resultados arrojados por los test indican que hay perfiles diferenciales de personalidad y comportamiento creativo entre los estudiantes que participaron; se propone, entonces, un nuevo modelo multidimensional de la personalidad para determinar y especificar la participación de variables de personalidad la hora de realizar un acto o proceso creativo. Los estudiantes que puntuaron alto en creatividad, se caracterizan por destacar en el dimensión motivacional como sujetos que buscan una satisfacción afectiva y social primero, creando relaciones profundas y poniendo las preocupaciones de los demás antes que las propias en muchos casos; cognitivamente son extrovertidos y se presentan abiertos y disponibles a los demás y a su contexto, hay una tendencia a entender la información que se les presenta a través de la empatía, las emociones y los valores que poseen, lo cual evidencia una mayor comprensión subjetiva e introspectiva de las experiencias. En la dimensión interpersonal, destacan como un puntaje alto la sociabilidad, lo cual, en relación al DSM, evidencia rasgos parecidos a la personalidad histriónica, que permite a estas personas ser

emprendedores, cambiantes, locuaces, en muchos casos intensos en su forma de expresarse y actuar; pero también una personalidad conformista que los hace ser respetuosos con la autoridad. En relación a la dimensión interpersonal, se confirma al igual que en otros estudios la relación existente entre sociabilidad y creatividad, lo cual desmiente el mito de la introversión trasgresora y propone un perfil creativo mucho más social, abierto a múltiples posibilidades y contextos, donde prima la vinculación afectiva, lo cual estaría relacionado directamente con la producción creativa y el pensamiento divergente, corroborando así la importancia del papel que tiene la personalidad en el proceso creativo (Limiñana, Corbalán & Sánchez. 2010).

En cuanto a la relación entre inteligencia y creatividad, Krumm, Aran y Bustos realizaron dos estudios, el primero con una muestra de 359 estudiantes de cinco instituciones educativas en Argentina, donde el 53.8% eran niñas y el 46.2% eran niños entre los 8 y los 14 años. Se realizó un estudio descriptivo correlacional, usando un muestreo no probabilístico intencional; los instrumentos utilizados fueron: la prueba de figuras del TTCT, forma b la cual tiene tres momentos y se basa en trece criterios de medición planteados por Torrence en 1992. El segundo instrumento fue el test de matrices progresivas de raven el cual se utiliza para evaluar los procesos cognitivos dependiendo la edad a la cual sea aplicado el estudio. Se encontró una asociación positiva entre la inteligencia y la creatividad figurativa, destacando habilidades como la fluidez, la abstracción, la originalidad. Por otro lado, las correlaciones entre las habilidades creativas e inteligencia fueron bajas lo cual apoya la hipótesis, planteada también por otros autores, que consideran a la creatividad y a la inteligencia como dos constructos separados los cuales se relacionan en algunos aspectos y se superponen en otros. En el segundo estudio fue realizado con una muestra de 120 participantes, entre los 15 y los 18 años donde el 39.2% eran hombres y el 60.8% mujeres. Los instrumentos utilizados fueron el test breve de inteligencia de

Kaufman diseñado para medir la inteligencia verbal y no verbal, donde la flexibilidad de pensamiento y el razonamiento no verbal son requeridos en los ítems para dar solución a distintos problemas. El segundo instrumento fue el test de expresión verbal, forma b, el cual busca evaluar la creatividad a partir de tres factores: la flexibilidad, la fluidez y la originalidad. Los resultados encontrados indicaron que existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre las diferentes habilidades intelectuales y la capacidad creativa (Krumm, et al. 2014).

En los dos estudios mencionados anteriormente se buscó analizar la relación existente entre la creatividad y la inteligencia desde varios rangos de edad y a partir de diferentes instrumentos y baterías. A partir de esto se encontró una relación positiva entre inteligencia y creatividad, opuesto a lo planteado por algunos autores donde estos constructos serían opuestos o lo mismo según otros; aunque hay que tener en cuenta que las correlaciones encontradas fueron bajas para todos los indicadores, es decir que, aunque estos constructos se encuentran relacionados en algunos aspectos, se diferencian y distancian por otros, dependiendo de los aspectos que sean evaluados en cada uno. Se deduce entonces que el coeficiente intelectual de una persona, en este caso niños y adolescentes, aunque juega un papel para explicar la capacidad creativa, evaluada a través del pensamiento divergente, no es suficiente. Se podría afirmar entonces que tanto un niño con CI alto o bajo puede generar actos creativos (Krumm, et al. 2014).

En relación a los rasgos de personalidad, hay unos que aparecen de manera recurrente en los estudios y resultados de las investigaciones. En este horizonte, de las relaciones entre creatividad y personalidad, se desarrolló la investigación realizada por López y Navarro (2010). Los autores buscaron identificar aquellos rasgos presentes en el proceso creativo de los participantes en la

muestra y conocer las relaciones que se dan entre el incremento de la acción creativa y los rasgos de personalidad. Para ello seleccionaron al azar una institución educativa en España donde seleccionaron a 45 alumnos de primero de primaria y a 45 de tercero de primaria. Los instrumentos utilizados fueron:

- a) Subprueba de expresión figurada (forma A) del test de pensamiento creativo de Torrance, el cual se utiliza para evaluar el proceso creativo en su conjunto y las características que lo definen como tal.
- b) Cuestionario de creatividad GIFT1 propuesto por Rim en 1976, para valorar la auto percepción del proceso creativo.
- c) Cuestionario de personalidad para niños (ESPO) el cual evalúa rasgos de personalidad.

Se aplicó en dos ocasiones los instrumentos al grupo experimental, la primera antes de que recibieran el programa de creatividad y la segunda una vez terminado el mismo; al grupo control sólo se le aplicaron los instrumentos una vez. Como resultado general se evidenció que los seres humanos necesitamos de relaciones significativas y profundas, así como un contexto con una gran cantidad de estímulos. No obstante, también necesitamos de momentos a solas, reflexivos y de introspección. Dos de los rasgos que más puntuaron en las personas creativas fueron los de extroversión y ansiedad, aunque por otro lado la sobriedad y la estabilidad emocional también alcanzaron puntuaciones altas. Las personas creativas se destacan por la apertura a nuevos conocimientos y experiencias. También se encontró en el estudio que muchas de las personas identificadas como creativas, poseen rasgos de personalidad aparentemente opuestos lo cual confirma lo planteado por Csikszentmihalyi en 2006, donde según el caso y la persona, se encontraban rasgos de personalidad opuestos como introversión y extroversión, humildad y orgullo, realistas y fantasiosas, etc. La complejidad es una de los rasgos característicos de las

personas creativas, dado que no se conforman con respuestas limitadas y se formulan no sólo preguntas sobre el cómo y el qué, sino que también se preguntan por qué y para qué de estas (López & Navarro. 2010).

Según lo planteado por el estudio anterior, es posible afirmar que los rasgos de personalidad de los sujetos creativos son difíciles de identificar ya que estos pueden ser en muchos casos opuestos y por esto podríamos observar actos creativos tanto en personas extrovertidas como en personas introvertidas. De acuerdo con lo planteado por Krumm, Aran y Bustos, el CI tampoco determina con exactitud el potencial creativo, ya que después de cierto grado de inteligencia todas personas tienen este potencial (Krumm, et al 2014). Por ello, se ha de tener en cuenta múltiples aspectos tanto de la personalidad como del contexto social y educativo al hablar de creatividad; este constructo como ya hemos evidenciado ha tenido un incremento en relación a las investigaciones conducidas como lo fue la publicación de 9000 artículos referentes al tema entre 1960 y 1991 solamente; este interés de los estudios en relación a la creatividad, puede deberse como lo planteó De Bono (1970) y Runco (2004) al trabajo alrededor de la solución de problemas, la autopercepción y el autoestima, la motivación, la adaptabilidad y hasta la salud. Ya que la creatividad ha sido asociada con la auto-actualización (Maslow, 1972. Citado en Runco, 2004) y con la longevidad (Kaun, 1991. Citado en Runco, 2004).

A partir de los estudios realizados y en relación a los resultados encontrados por Rhodes (1987 Citado en Runco, 2004) se articula una estructura de la creatividad, la cual permite una mayor comprensión y acercamiento a este fenómeno (Rodrigo & Rodrigo. 2012). La propuesta está compuesta de cuatro aspectos: sujeto, proceso, producto y contexto (person, product, press and process). A continuación, se explicará cada aspecto.

- Sujeto (person): hace referencia a los rasgos de personalidad para caracterizar al sujeto creativo y a su vez diferenciarlo del resto, el factor genético (Csikszentmihalyi, 2006. Citado en López & Navarro. 2010), los campos de conocimiento que posee el sujeto o agente creativo, las motivaciones intrínsecas y extrínsecas, la imaginación, la inteligencia y otros procesos internos (Rodrigo & Rodrigo, L. 2012; Runco. 2004).
- Proceso (process): incluye el pensamiento divergente planteado por Guilford o lateral planteado por De Bono, el cual tiene características de estos, como la originalidad, plantear nuevos caminos, la deconstrucción de esquemas, la apertura frente a posibilidades y el desconocimiento de lo buscado en muchos casos, pero apoyándose en conocimientos previos (De Bono. 1970; Romo. 1987; Runco. 2004).
- Producto (product): está centrado principalmente en lo que resulta de los procesos creativos, ya que estos productos son útiles, pueden ser cuantificables y observables. Aunque la crítica a este aspecto recae en la posibilidad de producir sin la necesidad de que sea original ya que esta es un concepto directamente relacionado con la creatividad (Runco. 2004).
- Contexto (press): se refiere a las relaciones que poseen los seres humanos con el entorno que los rodea y como estas relaciones que van desde la pareja, la familia, los amigos, hasta las instituciones educativas, laborales y gubernamentales, influyen de manera general el proceso creativo bien sea estimulándolo o inhibiéndolo. Un ejemplo de esto es la competencia, que si bien puede fomentar el acto creativo puede bloquearlo por completo. Ello evidencia como la subjetividad individual juega un aspecto fundamental en cuanto a la manera cómo interpreta lo que sucede en su contexto (Rodrigo & Rodrigo. 2012; Runco. 2004).

Un estudio de la creatividad ha de buscar entonces abarcar el constructo desde el sujeto hasta su contexto y los aspectos entre estos. Para ello, una de las tareas de los estudiosos de la creatividad es y ha sido el identificar la esencia de la creatividad. ya que esta es evaluada desde campos específicos como la creatividad artística, la creatividad matemática, musical y demás campos relacionadas a esta, como también, la diferencia que también hay entre sus expresiones. Sin embargo, hoy en día se reconoce la creatividad como una habilidad presente en eventos de la vida diaria y no solamente en campos específicos de conocimiento lo cual permite reconocer actos creativos en niños en los que no se necesita un conocimiento específico para resolver problemas del día a día. La valoración de un acto creativo está determinado a su vez por el contexto al cual se pertenece o al campo de conocimiento en el que se está, ya que, si bien en algunos contextos un acto será denominado como creativo en otro no, y en uno se le dará mayor importancia y en el otro no. La creatividad entonces a través de las ideas y la originalidad, es potenciadora de la innovación y la evolución en muchos sentidos. Ya que a su vez esta nos permite superar algunos retos de la vida diaria, así como solucionar problemas y en ocasiones evitarlos lo cual es una nueva forma de comprender la creatividad planteada por Runco (2004) al identificarla como una habilidad proactiva y también reactiva.

Por lo anterior, es vital comenzar a explorar el constructo de creatividad de manera interdisciplinar y amplia, percibiéndolo como una conexión profunda entre el sujeto y el ambiente, el creador y la cultura. Desde esta perspectiva psicología cultural es de gran ayuda pues permite comprender que estos procesos que denominamos creativos son posibles y reconocidos debido al contexto y cultura en el que se presentan. Se define la creatividad como una acción en el mundo, sobre el mundo de una manera nueva y significativa. La cultura, entonces, juega un papel muy importante en el acto creativo afirmación que ratifica la estructura

de la creatividad planteada por Rhodes (1987. Citado en Runco, 2004). En este horizonte, la creatividad no se encuentra en el ser humano de manera externa sino de manera interna nos permite concebir cada acto creativo, como una dimensión constitutiva del sujeto que deviene en un contexto social. Hemos de comprender entonces la naturaleza intersubjetiva de la creatividad, mediante las conexiones explícitas e implícitas entre lo individual y lo colectivo, la persona que crea y los que lo rodean; porque para producir algo que se considere nuevo, debe haber un dialogo con lo que es percibido como viejo ya que es través de este dialogo que se comparten y en algunos casos compiten los saberes que permiten generar eso que denominamos nuevo (Glaveanu, 2010a).

Desde la importancia que la cultura tiene en el fenómeno creativo y viceversa, se cuestiona entonces, la estructura de la creatividad planteada por Rhodes (1987. Citado en Runco, 2004). Se le critica que presenta y aborda la creatividad como un acto individual y estático, donde el énfasis recae en la persona y se deja de lado la importancia que el contexto y la cultura. Coloca el foco en cada aspecto y no aclara la relación y múltiples dinámicas entre estos. Glaveanu (2012) propone entonces una nueva estructura de la creatividad al expandir los cuatro aspectos previamente planteados (persona, proceso, producto, contexto) para dar paso al modelo de las cinco A's (actor, acción, artefacto, audiencia y affordances). A diferencia de la estructura propuesta por Rhodes. Este modelo permite, profundizar en la importancia de lo social y posibilita un abordaje sistémico, ecológico, y cultural del fenómeno. A través de este modelo no sólo se busca cambiar algunos aspectos, sino ratificar otros, pero sobre todo se propone utilizar una nueva perspectiva desde la cual teorizar y observar los actos creativos (Glaveanu, 2012).

Este nuevo modelo busca hacer no solamente un cambio de terminología, sino un cambio epistemológico. Ya que, a la luz del enfoque sociocultural, el actor existe únicamente en una

relación con la audiencia. Las acciones de cualquier tipo solo son posibles mediante la interacción con un mundo material y los artefactos serían un reflejo de las tradiciones culturales y formas de ser y estar específicas de los contextos (Glaveanu, 2012). Para tener una mayor comprensión del modelo se explican los aspectos que lo componen a continuación:

- Actor: este aspecto como el anterior (person) también hace referencia a la persona, pero concibiéndola como parte de una sociedad y/o cultura específica, donde esta es un ser social el cual ha sido formado y constituido por el contexto en el que se encuentra y también por la relación con los otros que lo rodean; la persona aprende y desarrolla roles específicos convirtiéndose en un agente transformador y constructor de su cultura.

Lastimosamente el foco de la investigación en creatividad ha sido puesto en el individuo dejando para un segundo plano el contexto en el que se encuentra, pero como ya se ha comentado, una persona no tiene actos creativos en un vacío social. Lo mismo se podría plantear alrededor de los test o instrumentos, donde algunos pretenden ser universales y no tienen en cuenta el contexto, cultura y múltiples significados diferentes que existen. El actor está determinado por un sistema de tradiciones culturales y relaciones sociales, ya que un acto creativo no se da sin la presencia de otros y es reconocido como tal por una audiencia. Se ratifica que las estructuras personales no se dan por fuera de las estructuras sociales (Glaveanu, 2012).

- Acción: Crear es actuar en el mundo, intervenir en él; por esto concebir el acto de crear únicamente como un proceso es dejar a un lado la relación que existe entre el aspecto psicológico y comportamental, y el hecho de que están interconectados. Pensar en términos de proceso plantea una separación entre lo interno y lo procedimental; mientras que, por el contrario, pensar en términos de acción enriquece la comprensión y

teorización del proceso creativo, al tener en cuenta aspectos procedimentales, pero a su vez aspectos internos como el significado, ampliando así la percepción de las dinámicas cognitivas al ver la relación entre lo psicológico y las acciones llevadas a cabo en la creatividad (Glaveanu, 2012).

- **Artefacto:** las personas están en constante interacción con el ambiente donde modelos y patrones de comportamiento culturales son aprendidos, los cuales son internalizados mediante un ciclo constante de aprendizaje. Es decir que pasar de producto a artefacto marca la diferencia entre calificar un producto como creativo únicamente a partir de sus características físicas y clasificarlo como tal debido a una epistemología sociocultural específica y la función que este cumple; debido a que es mediante esa postura que los pequeños detalles no son dejados a un lado, ya que, a diferencia de los productos, los artefactos no se posicionan solos en un contexto sin un trasfondo cultural. Porque el acto creativo es un proceso de interacción entre las palabras y los materiales existentes, los cuales mediante una transformación de la forma actual generan algo nuevo derivado de algo ahora considerado viejo. Otro beneficio de ver el producto como un artefacto, es la identificación de la doble naturaleza de los artefactos que son a la vez materiales y conceptuales; lo cual muestra como estos, no existen únicamente por su forma física, sino por el significado que tienen y los significados que ayudan a construir a través de las relaciones interpersonales en las que participan la audiencia, los otros y el creador (Glaveanu, 2012).
- **Audiencia:** esta juega un rol vital en el acto creativo, lo cual es expuesto por Csikszentmihalyi (1999; citado en Glaveanu, 2012) al decir que el fenómeno creativo sólo es posible mediante la interacción entre el creador y la audiencia. Esta tiene un papel

de evaluador para decidir mediante un acuerdo mutuo que puede ser considerado como creativo y que no. La audiencia es a la vez activa y múltiple, es decir, que esta interactúa y participa con las personas en el desarrollo de ideas o actividades y a la vez las personas que la conforman, están involucradas en la creación de nuevos artefactos. Tanto así que cuando un artista trabaja solo o aislado, se dice que este asume la postura de la audiencia dado la necesidad de una tercera percepción frente a la obra, mostrando la necesidad de la audiencia en el proceso de crear (Glaveanu, 2012).

- **Affordances:** hace referencia a la apreciación del sujeto o persona y el ambiente material o los objetos que lo rodean, ya que es través de esta relación entre estos materiales cargados de significado y los artefactos con nuevos significados que se crean que es posible transformar la cultura y el contexto en el que se encuentran; por eso entender este aspecto es entender las oportunidades de acción que hay sobre un objeto y no solo el aspecto o propiedades que tiene. Es por esto que una persona considerada como creativa, ha de tener la habilidad de identificar nuevas e innovadoras formas de acción sobre los objetos o materiales que lo rodean en el ambiente en el que está; porque es mediante esta habilidad, que una persona es capaz de generar algo creativo en relación a su cultura. La habilidad de identificar nuevas formas de acción sobre los objetos, no es estática, sino por el contrario se encuentra en un cambio permanente a medida que los actores perciben nuevas posibilidades de acción, lo cual permite a las personas una mayor comprensión y adaptación de su ambiente (Glaveanu, 2012).

Desde la psicología cultural se comprende la creatividad entonces, como un proceso complejo socio-cultural, el cual se desarrolla mediante imaginarios culturales en un espacio intersubjetivo, lo cual genera artefactos que posteriormente interactuarán con otros en un

contexto determinado. Este proceso creativo es dialógico y se encuentra impregnado por la cultura en la que es desarrollado la cual le otorga los recursos simbólicos, que son tanto subjetivos como materiales, para así generar actos creativos donde el espacio intersubjetivo mencionado anteriormente, es un espacio posible entre la persona que crea y la comunidad en la que está. Esto nos permite repensar la concepción individualista sobre creatividad, para dar paso a una percepción amplia de este proceso; para esto el artefacto creado, ya no es concebido como un acto individual del creador, sino como una relación dialógica entre éste, el artefacto, los otros (comunidad) y todos los símbolos, estructuras y normas que alimentan el ciclo creativo (Glaveanu, 2010b).

En cuanto a la metodología esta propuesta se afirma en una perspectiva emic que busca realizarla con la menor cantidad de preconcepciones posibles, así como las nociones, definiciones y consideraciones occidentales de lo que esta es y no es, para recolectar las comprensiones situadas en contexto ya que estas varían en diferentes partes del mundo y culturas. Para esto, se busca la participación de la mayor cantidad de campos y dominios que la persona/ investigador utiliza a la hora de abordar la actividad creativa para así poder abarcar en su mayoría los niveles sobre el fenómeno en relación a su contexto socio-cultural, para realizar una mejor comprensión de cada situación particular donde los símbolos y significados juegan un papel crucial en cuanto a la percepción de un acto como creativo. Para esto la psicología cultural propone develar la microgénesis de la creatividad en cada comunidad para así operar a partir de una definición contextual, sin la intervención o preconcepción del fenómeno; ya que la concepción de una idea como creativa, no es solo producto del resultado de esta, sino de cómo la idea es presentada, desarrollada e interpretada por la comunidad o cultura en la que se encuentra. Por esto, es posible decir

que la creatividad es definida socialmente ya que no existiría sino hubiera quien la percibiera como tal; por esta razón, al estudiar la creatividad, se ha de tener una postura ecológica donde miembros relevantes de los contextos sean los principales interlocutores ya que estas personas son las que entran en contacto directo con los artefactos creativos y al hacer esto, la psicología cultural aborda el paradigma del nosotros evitando la postulación de modelos que generalizan el fenómeno creativo ya que no está conformado por formulas ni escalas y se da a partir de un estudio situado en el contexto (Glaveanu, 2010b).

La creatividad es un fenómeno individual y socio- cultural ya que los individuos a su vez somos seres socio- culturales, por lo cual como lo plantea Glaveanu (2011) “La expresión creativa es también una forma de expresión cultural y, en última instancia, una de las formas más ilustrativas de participación cultural: involucrarse con artefactos culturales para producir nuevos artefactos culturales, emplear la cultura para generar cultura” (Glaveanu, V. 2011a. pag 48). En este horizonte es posible afirmar que la creatividad esta directamente atravesada por la cultura ya que sin esta no seria posible su expresión, dejando claro que la percepcion del genio solitario no es posible sin un contexto o una cultura rica en estímulos que lo rodee. La creatividad entonces es un acto individual , social y cultural; ya que por un lado esta depende de las múltiples capacidades de cada individuo las cuales son utilizadas en el acto creativo y por otro estas capacidades son el producto de la interacción social que los individuos tienen así como la mutua colaboración con otras personas, las cuales a su vez juzgan un acto como creativo o no creativo y el cual, entra en relación con unas normas culturales y unos productos los cuales enriquecen el proceso creativo para así integrar los resultados y calificarlos como creativos (Glaveanu, 2011a). A partir de lo anterior, cuatro ideas son planteadas en aras de comprender un poco más la micro

génesis de los actos creativos, considerando tanto los que denominamos “grandes” como los que realizamos diariamente:

1. Los actos creativos son simultáneamente formas de externalización y expresión cultural. Es a través de esta expresión que por lo general toma una forma física, bien sea palabras, dibujos, música u objetos, que un acto es valorado como creativo porque busca bien sea transformar el mundo o dejar una marca. Ello exige que el acto o producto sea externalizado ya que, si esto no sucede, no sería percibido por la sociedad, ni siquiera por el creador. Para esto la noción de artefacto es propuesta en relación al acto creativo, ya que el artefacto necesita comunicación, significado, lo cual es logrado a través del self y los otros mediante las atribuciones que se le dan. Por esto se propone que los artefactos existen únicamente en relación con otras personas y otros artefactos, es decir, en un sistema cultural. Por ello, la externalización de un acto creativo es a la vez una producción y expresión cultural (Glaveanu, 2011a).
2. La creación en cualquiera de sus formas es siempre socializada o integrada en ensambles culturales pre existentes lo cual requiere un acuerdo social y una interacción; debido a la socialización que el artefacto es sometido a través de una integración en el sistema cultural de artefactos existentes, este proceso es determinado por la validación y el reconocimiento social, por lo cual la noción de los otros en este proceso está implícita (Glaveanu, 2011a).
3. Los miembros de la audiencia internalizan la creación como una forma de enculturalización; comprendiendo esta internalización como la dinámica de la cual depende el artefacto después de ser externalizado, para ser enlazado con los elementos culturales

existentes. El papel de la audiencia contrario a la postura estática que se le atribuye, no sólo observa el artefacto, sino que interactúa con este. (Glaveanu, 2011a)

4. Los creadores y las audiencias interactúan de múltiples formas dinámicas en el acto creativo y en la recepción de la creación. Los procesos anteriormente mencionados de externalización, internalización, socialización o integración requieren de una relación entre el creador y la audiencia, entre el self y los otros. Ya que el acto creativo no se da en un vacío social sino en un contexto específico ya que requiere de algún tipo de interacción lo que implica aspectos inter-subjetivos y diálogos interactivos que conllevan a una colaboración en el proceso. En este horizonte, Barron (1999; citado en Glaveanu, 2010c) plantea que todo lo creativo es colaboración, ya que el individuo es social y a lo largo de su vida interactúa y colabora con otros en la composición y creación de artefactos (Glaveanu, 2011a; Glaveanu, 2011b).

Se genera entonces una comprensión de la cultura como una acumulación de artefactos que van desde normas y creencias hasta objetos complejos, la cual está en constante cambio debido en gran medida a los procesos creativos continuos que se dan que van desde los que parecen menos relevantes hasta artefactos capaces de cambiar el mundo. Identificamos entonces, beneficios mutuos entre la creatividad y la cultura como por ejemplo el uso de los saberes comunes y actuales para poder crear algo nuevo. En este ejemplo es claro que, a mayor interacción y conocimiento, mayor es la capacidad creativa evidenciando como esta parte de estos conocimientos aprendidos. Por otro lado, podemos ver como la creatividad es el motor de las transformaciones culturales, ya que cuando algo no es aplicable se requiere de un proceso creativo para poder dar solución a problemas que no la tienen y si concebimos a la cultura como un sistema dinámico, este se ve afectado por los actos que realizamos dentro del mismo desde el

más pequeño hasta el más importante, por ende, la creatividad transforma la cultura (Glaveanu, 2011a).

Discusión: Hitos y tendencias en el estudio de la creatividad

Como se evidenció anteriormente, el concepto de creatividad ha tenido diferentes abordajes desde diferentes puntos de vista: desde la comprensión de esta como un proceso individual, intrapsíquico, un rasgo que se deriva de características de la personalidad, o como un procesos cognitivo y más contemporáneamente como un constructo complejo que involucra tanto al individuo como al producto creado y a la audiencia que lo valora en el marco de procesos culturales (Golann. 1963; Kaufman & Sternberg. 2010).

El primer hito lo marca el estudio de la creatividad centrado en las características del sujeto que refleja una primera tendencia que se caracteriza la creatividad como un proceso intrasíquico o como un constructo asociado a otros procesos psicológicos.

En este horizonte, están los trabajos de Guilford, el cual en 1950 planteó ante la American Psychological Association la importancia de este constructo y lo definió no constructo independiente sino como parte del intelecto (Golann. 1963). En este contexto, las primeras aproximaciones conceptualizaron la creatividad como un proceso que se deriva de otro, relegándola a una pequeña parte de un proceso más grande. Es así como, el estudio de creatividad, hizo que muchos investigadores la definieran como parte de la imaginación, y no profundizaran en su estudio.

En este horizonte, la creatividad ha sido explicada a partir de la inteligencia ya que se considera que para ser creativo, se necesita de un coeficiente intelectual alto. Ello explica las consideraciones sobre el estereotipo del genio, el cual desarrolla actos creativos al margen del

contexto, afirmación controvertida desde enfoques más contemporáneos en lo relativo a la decidida influencia del contexto en el proceso (Glaveanu, 2010c). Muchos de los estudios en el marco de esta tendencia individualista han utilizado tests de inteligencia y han buscado relacionarla con el proceso creativo. La evidencia investigativa permite afirmar que no se ha encontrado una relación significativa entre inteligencia y creatividad (Mackinnon. 1962; Iglesias. 1999; Krumm, et al. 2014). Los argumentos que cuestionan la necesaria asociación entre un coeficiente alto y el acto creativo se afianzan en que después de cierto grado de inteligencia, todos tenemos un potencial creativo y que se ve o no potenciado por diferentes factores o variables, siendo una de las más importantes el contexto al que se pertenece. (Rodrigo & Rodrigo. 2012; Runco. 2004; Krumm, et al. 2014)

En el marco de esta misma tendencia individualista otra perspectiva han sido las investigaciones que asocian creatividad y personalidad. La exploración investigativa se ha centrado en identificar los rasgos de personalidad asociados al proceso creativo, lo que ha llevado a construir pruebas estandarizadas para medir creatividad. La evidencia que aportan estos estudios permite afirmar que no se han encontrado rasgos de personalidad determinantes en el acto creativo. Las personas que han sido consideradas como creativas, difieren significativamente en su forma de ser, actuar y pensar. Se puede encontrar potencial creativo en personas con rasgos de personalidad aparentemente opuestos como introversión y extroversión, humildad y orgullo, etc (López & Navarro. 2010; Kaufman & Sternberg. 2010; Krumm, et al. 2014), siendo la subjetividad entonces lo que determina el proceso creativo, a partir de la forma como cada persona significa lo que sucede en su contexto. (Rodrigo & Rodrigo, L. 2012; Runco. 2004)

Otro de los factores claves que ha sido asociado a la creatividad desde el punto de vista del sujeto es la motivación (Golann. 1963; Nicholls.1972; Amabile. 1982; Silvio & Elisondo. 2007; Hennessey & Amabile. 1998; Runco. 2004; Cropley. 2006; López & Navarro. 2010; Kaufman & Sternberg. 2010; Limiñana, et al. 2010). Este proceso, se potencia cuando la persona entra en relación con su contexto y crea un artefacto o producto. Adicionalmente, es la motivación, según lo planteado por Nicholls (1972) lo que permite una constancia y el desarrollo de las habilidades necesarias para sobrellevar los obstáculos que se presentan en el acto creativo (Nicholls.1972; Silvio & Elisondo. 2007; Rodrigo & Rodrigo. 2012; Runco. 2004).

Un segundo hito que refleja una segunda tendencia en los estudios sobre creatividad dado que no solo ponen el énfasis en el sujeto sino en el dominio en el que se enmarca el proceso, el producto que se crea y la audiencia que lo valora en el marco de procesos culturales.

Esta segunda tendencia obedece a las críticas que se históricamente diversos autores venían haciendo sobre el énfasis excesivo a los procesos individuales. En este horizonte, Amabile (1982), sintetiza estas críticas en términos de que la investigación frente al constructo se había enfocado únicamente en rasgos de personalidad y cognición dejando de lado los efectos sociales y de contexto en el proceso creativo. Vemos, entonces, como desde 1982, la influencia del contexto fue considerada decisiva en los estudios de creatividad y fue retomada y profundizada por varios autores posteriormente (Runco. 2004; Silvio & Elisondo. 2007; Glaveanu, 2012; Krumm, et al. 2014).

Otra de las críticas que realizó Amabile (1982), fue a los tests ya que al no haber una definición operacional de la creatividad cualquier test estaría basado en la definición que su autor tiene de esta. Además la falta de precisión a la hora de definir la mayoría de los indicadores utilizados como expresión de creatividad como la originalidad, la novedad, etc. genera que los

resultados que arrojan estas pruebas, sean interpretados a partir de la subjetividad del investigador en relación a lo que este considera como creatividad condición que limita el estudio y sesga la investigación.

En el marco de esta segunda tendencia, el dominio del campo en el que se es creativo, es algo destacado por varios autores (Nicholls.1972; Golann.1963; Amabile. 1982; Amabile. 1983; Glaveanu, 2010c) ya que es a partir de estos conocimientos previos que se tienen, en ese dominio, que la persona puede apoyarse para producir algo considerado como creativo por la audiencia que lo observa. No solamente el artefacto creativo es calificado, como tal, por jueces expertos en el campo al que este pertenece sino que la audiencia en general lo reconoce (Amabile. 1982).

Lo anterior lleva a tematizar otro de los aspectos que en el marco de esta segunda tendencia han tenido los estudios sobre creatividad: los productos ya que son, estos, lo observable del proceso creativo (Golann. 1963; Nicholls.1972; Amabile. 1982; Amabile. 1983; Lubart & Sternberg. 1998; Sekowski. 1999; Salazar, et al. 2014; Rodrigo & Rodrigo. 2012; Runco. 2004). El producto se considera creativo entonces de acuerdo con la calificación de expertos en el campo. Pero en este horizonte, la investigación sobre el proceso creativo, se vio limitada ya que el estudio de los productos analizaba la creatividad una vez había sucedido. Es decir, que la preparación, la realización y todos los factores previos al producto no eran tenidos en cuenta lo que llevo a considerar no solo el producto sino el proceso también. “Un producto o respuesta es creativo en la medida en que los observadores están de acuerdo en que es creativo. Los observadores apropiados son aquellos familiarizados con el dominio en el que se creó el producto o la respuesta articulada. Así, la creatividad puede ser considerada como la calidad de

productos o respuestas consideradas creativas por observadores apropiados, y también puede considerarse como el proceso por el cual algo juzgado se produce” (Amabile. 1982. P. 1001). Glavenau (2012) expone lo anterior de una manera más clara, al plantear que es mediante la interacción del creador y la audiencia que un producto/ artefacto es evaluado como creativo.

En este horizonte entonces fue posible definir la originalidad, la adaptabilidad y a realización como tres de las notas claves para precisar que se entiende por creatividad lo que llevó a ampliar los estudios sobre la creatividad al integrar en las investigaciones eventos de la vida diaria y no solamente su estudio en campos específicos de conocimiento en los que pueden reconocerse procesos creativos (Runco. 2004).

Históricamente la creatividad ha sido definida por múltiples autores, los cuales realizan una interpretación del constructo a partir de su campo o disciplina. Pero hay conceptos que se repiten varias veces en estas definiciones. Como por ejemplo la originalidad (Mackinnon. 1962; Golann. 1963; De Bono. 1970; Nicholls.1972; Romo. 1987; Kaufman & Sternberg. 2010; Jung, et al. 2013) la solución de problemas (Golann. 1963; Selby, et al. 2005; De Bono. 1970; Romo. 1987; Jung, et al. 2013; Runco. 2004; Kaufman& Sternberg, R. J. 2010) la capacidad de comunicar lo creado (Golann. 1963; Krumm, et al. 2014) la apertura al cambio o flexibilidad (Golann. 1963; Nicholls.1972; Krumm, et al. 2014; De Bono. 1970; Romo. 1987; Rodrigo & Rodrigo. 2012; Copley. 2006; Runco. 2004; Kaufman & Sternberg. 2010) la motivación (Golann. 1963; Nicholls.1972; Amabile. 1982; Runco. 2004; Silvio. Elisondo. 2007; Copley. 2006; López & Navarro. 2010; Limiñana, et al. 2010; Kaufman & Sternberg. 2010) y el contexto (Runco. 2004; Silvio. Elisondo. 2007; Kaufman & Sternberg. 2010; Glaveanu, 2012; Krumm, et al. 2014)

Al no lograr establecer una definición concensuada sobre la creatividad, en el marco de esta segunda tendencia, se propuso entonces el modelo de las 4 P's (persona, proceso, producto y presión) para explicar el proceso creativo (Rodrigo & Rodrigo. 2012; Runco. 2004).

Posteriormente este fue reformulado por Glavenau con su modelo de las 5 A's (actor, acción, artefacto, audiencia y "affordance") desde la cual se teorizan los actos creativos, desde la perspectiva de un abordaje social, sistémico, ecológico y cultural (Glaveanu, 2012).

La creatividad y lo que se entiende por ésta, depende de cada contexto o cultura en donde se estudie. Por eso se propone desde la psicología cultural, abordar la investigación sobre creatividad de forma ecológica. Es decir, con la menor cantidad de preconcepciones posibles. Teniendo siempre presente la opinión de miembros relevantes de la comunidad en donde se esté. Es la comunidad quien reconoce realmente lo que es considerado como creativo en ese contexto específico. Se da con esta perspectiva, un cambio de paradigma donde la creatividad ya no es considerada únicamente como un proceso individual, sino como un proceso individual, social y cultural. El cual depende tanto de las capacidades de cada persona, como de la interacción que esta tiene con su contexto, evitando así postular fórmulas y escalas generalizadas, para dar paso a una investigación situada en contexto (Glaveanu, 2010b).

Futuras investigaciones sobre el tema, podrían encontrar un camino fecundo de análisis si este viraje de paradigma de lo individual a lo individual, social y cultural se mirara, más ampliamente, a la luz de las transformaciones que históricamente ha tenido la Psicología como disciplina lo que permitiría una mayor comprensión sobre el cambio. Adicionalmente, la investigación documental se podría ampliar si se revisaran mayor número de investigaciones sobre el tema a fin de poder hacer un análisis de los cambios en las metodologías de aproximación investigativa.

Referencias:

- Amabile, T. M. (1982). Social psychology of creativity: A consensual assessment technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43(5), 997-1013.
doi:10.1037/0022-3514.43.5.997
- Amabile, T. M. (1983). The social psychology of creativity: A componential conceptualization. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(2), 357-376.
doi:10.1037/0022-3514.45.2.357
- Bono, E. D. (1970). *El pensamiento lateral Manual de creatividad*. Buenos Aires: Paidòs.
- Casal, I. I. (1999). La creatividad en el proceso de enseñanza-aprendizaje de ELE: caracterización y aplicaciones. *Centro virtual Cervantes, Universidad de Oviedo*.
- Cropley, A. (2006). Creativity: A social approach. *Roeper Review*, 28(3), 125-130.
- Danilo Silvio Donolo, R. C. (2007). Creatividad para todos. Consideraciones sobre un grupo particular. *anales de psicología*, 23, 147- 151.
- Escobar, M., Quintero, F., Arango, A. M., Hoyos, D., García, C. I., & Pulido, M. (2004). Estado del arte del conocimiento producido sobre jóvenes en Colombia 1985-2003. *informe final de investigación, Bogotá, Programa Presidencial Colombia Joven/Agencia de Cooperación Alemana GTZ/Unicef Colombia/Universidad Central-DIUC,(mimeo)*.
- Gabriela Krumm, V. A. (2014). Inteligencia y creatividad: correlatos entre los constructos a través de dos estudios empíricos. *Universitas Psychologica*, 1531-1543.
- Glăveanu, V. P. (2010a). Principles for a cultural psychology of creativity. *Culture & Psychology*, 16(2), 147-163.
- Glăveanu, V. P. (2010b). Paradigms in the study of creativity: Introducing the perspective of cultural psychology. *New ideas in psychology*, 28(1), 79-93.
- Glăveanu, V. P. (2011a). Creativity as cultural participation. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 41(1), 48-67.
- Glăveanu, V. P. (2011b). How are we creative together? Comparing sociocognitive and sociocultural answers. *Theory & psychology*, 21(4), 473-492.
- Glăveanu, V. P. (2013). Rewriting the language of creativity: The Five A's framework. *Review of General Psychology*, 17(1), 69.
- Golann, S. E. (1963). Psychological study of creativity. *Psychological Bulletin*, 60(6), 548-565.
doi:10.1037/h0041573

- Gras, R. M. L., & Berna, J. C. (2010). Creatividad y estilos de personalidad: aproximación a un perfil creativo en estudiantes universitarios. *Anales de psicología*, 26(2), 273.
- Guilford, J. P. (1950). Creativity research: past present and future. *Frontiers of creativity research*, 33- 65.
- Hennessey, B. A., & Amabile, T. M. (1998). Reality, intrinsic motivation, and creativity. *American Psychologist*, 53(6), 674-675. doi:10.1037/0003-066X.53.6.674
- Isabel Rodrigo Martín, L. R. (2012). Creatividad y educación el desarrollo de la creatividad como herramienta para la transformación social. *Metodología de las Ciencias Sociales*, 311-351.
- Kaufman, J. C., & Sternberg, R. J. (Eds.). (2010). *The Cambridge handbook of creativity*. Cambridge University Press.
- Lubart, T. I., & Sternberg, R. J. (1998). Creativity across time and place: Life span and cross-cultural perspectives. *High Ability Studies*, 9(1), 59.
- Mackinnon, D. W. (1962). The nature and nurture of creative talent. *American Psychologist*, 17(7), 484-495. doi:10.1037/h0046541
- Nicholls, J. G. (1972). Creativity in the person who will never produce anything original and useful: The concept of creativity as a normally distributed trait. *American Psychologist*, 27(8), 717-727. doi:10.1037/h0033180
- Olivia López Martínez, J. N. (2010). Rasgos de personalidad y desarrollo de la creatividad. *anales de psicología*, 26, 151-158.
- Oppenheimer, A. (2014). ¡ Crear o morir. *Editorial Sudamericana*.
- Rex E. Jung, B. S. (2013). The structure of creative cognition in the human brain. *Frontiers*, 7, 3-30.
- Runco, M. A. (2004). Personal creativity and culture. *Creativity: When east meets west*, 9-22.
- Salazar-Carvajal, P. F., Herrera-Sánchez, I. M., Rueda-Méndez, S., & León-Rubio, J. M. (2014). El efecto de la conservación de recursos sobre la intención emprendedora en el contexto de crisis económica: el rol moderador de la autoeficacia y la creatividad. *anales de psicología*, 30(2), 549-559.
- Santos, M. R. (1986). Treinta y cinco años del pensamiento divergente: teoría de la creatividad de Guilford. *Estudios de psicología*, 7(27-28), 175-192.

- Simonton, D. K. (1975). Sociocultural context of individual creativity: A transhistorical time-series analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32(6), 1119-1133.
doi:10.1037/0022-3514.32.6.1119
- Selby, E. C., Shaw, E. J., & Houtz, J. C. (2005). The creative personality. *The Gifted Child Quarterly*, 49(4), 300-314,356-357.
- Sekowski, A. (1999). Creativity in context: Update to the social psychology of creativity. *High Ability Studies*, 10(2), 233.
- Valsiner, J. (2013). *An Invitation to Cultural Psychology* . London : Sage .