

Manual de la Creatividad

Ricardo Marín I.

1. DEFINICIÓN DE LA CREATIVIDAD:

Todo lo creativo es nuevo, no estaba antes, o no estaba de "esa" manera; es, si no absolutamente nuevo, al menos lo es parcialmente, y de ningún modo podemos operar sobre la nada total.

Lo nuevo:

La novedad es consustancial a todo cuanto pueda recibir el apelativo de creativo. Ningún autor evita este rasgo en sus conceptualizaciones y caracterizaciones:

- ✓ **Divergente, no previsto, inesperado, antes no existente, desconocido, inédito.**

Lo valioso:

Es un rasgo que aparece en todas las conceptualizaciones. No basta un cambio o una diferencia sino se añade algo superior a lo anterior.

Las tres grandes líneas de la creatividad:

- ✓ Los **descubrimientos** científicos,
- ✓ **Invencciones** tecnológicas
- ✓ La **creación** artística (la repetición es la negación del ejercicio profesional).

En todos los campos se puede decir algo nuevo, que ha aparecido con algún valor estético, económico, comunicación, justicia, ciencia:

- ✓ Lo que resuelve problemas, cumple aspiraciones y necesidades

Todas las personas son o pueden ser creativas, tienen capacidades que no han sido suficientemente exploradas, o no se les ha dado la posibilidad de proyectarse al menos como un aporte mayor a la sociedad.

Todas las capacidades personales pueden dejar una huella y la gran tarea de la creatividad es hacer que contribuyan a mejorar su ser y el entorno.

2. INDICADORES DE LA CREATIVIDAD.

2.1 La Originalidad:

Integra el concepto de innovación valiosa, única e irreplicable, sin precedentes, implica diferencia, que además de sorprender contenga valores nuevos.

En el caso del arte, cuanto más original una obra, es más creativa; o cuanto más se aleja de líneas anteriormente trazadas, soluciones ingeniosas que estimulan la fantasía.

La Originalidad aparece como criterio, y frecuentemente en primer lugar, en todos los test que miden la creatividad, y también como objetivo educativo.

El test de **Torrance** utiliza este criterio por ser estadísticamente no frecuente.

Se establece en un grupo o en un momento determinado; las respuestas originales para un niño campesino pueden no serlo para un niño de la ciudad y viceversa. Por eso las respuestas se deben calificar en un momento y lugar determinado; cuando se trata de valorar las respuestas originales en función de criterios cualitativos, los evaluadores se sienten menos seguros.

2.2 La flexibilidad

Se opone a la rigidez, a la inmovilidad, a la capacidad de modificar comportamientos, actitudes o puntos de vista.

Torrance comprueba que hay sujetos monocordes y lo creativo se manifiesta como un rasgo fácil de detectar, si se catalogan las respuestas en relación a cuanto hace el sujeto se ve si responde a una gran riqueza de categorías, o respuestas de mundos distintos o categorías muy alejadas unas de otras.

La persona flexible se caracteriza por una riqueza de muchos y variados argumentos de todo tipo, que se coloca en el punto de vista del otro, para entenderlo mejor, o buscar coherencia en el argumento del otro, incluso para modificar su propia posición; opuesto a la persona rígida que se caracteriza por la repetición de lo mismo, sin variación argumental.

Hay una alta correlación con la originalidad, porque para producir respuestas originales es necesario observar las cosas desde muchos ángulos, surgidos desde mundos distintos, recuerdos, imágenes, lecturas, sueños y anhelos.

2.3 La Productividad o fluidez

Es cuando hay una gran cantidad de respuestas, de soluciones por parte del sujeto, (en los tests se cuenta el número de respuestas o imágenes que se han completado).

Las personas más creativas ofrecen más respuestas, porque tienen multiplicidad y fluidez. En la técnica del brainstorming se pide una producción acrecentada, ilimitada y en aumento en cada sesión. La cantidad es la base de la calidad.

2.4 La elaboración

Es una característica que se observa muy bien en la pintura clásica, donde se ha cuidado hasta el más mínimo detalle y nada es improvisado. La elaboración aparece en la literatura, por la riqueza de verbos, acciones referidas a situaciones variadísimas.

En el test de **Torrance** se mide la elaboración en la parte gráfica para medir la capacidad de completar la imagen esencial con detalles típicos, significativos o reveladores que aparecen en todas las dimensiones de la creatividad.

2.5 El análisis

Es la capacidad de descomponer mentalmente una realidad en sus partes, permite profundizar y entenderla mejor a partir de sus aspectos o componentes fundamentales.

El análisis supone concretarse en la capacidad de distinguir unos conceptos de otros para profundizar en su entidad.

2.6 La síntesis

Es la capacidad de resumir esquemáticamente con escasos elementos cuando aparecen constructor creativos complejos y es una función mental que esta en todas las personas, pero que en creatividad esta relacionada con la organización de múltiples elementos para que formen un todo capaz de alcanzar una finalidad valiosa.

2.7 La apertura mental

Este rasgo esta emparentado con la flexibilidad y algunos la incluyen en ella. Significa que el sujeto esta abierto a esperar cualquier solución, a profundizar sin fin, preguntar sin descanso "porque" o "para que". Esta relacionada con la insatisfacción con lo logrado, en una separación de lo ideal con lo real.

2.8 La comunicación

Es la capacidad de llevar un mensaje convincente a otros, de transmitirlo y expresarse. El proceso suele anticiparse a lo que otros piensan, sienten y no han alcanzado a formular un tema. Los creativos generalmente asumen el rol de dar forma al común denominador de los sentimientos y las aspiraciones de las personas, traduciendo lo que otros no son capaces de formular.

2.9 Sensibilidad par los problemas

La única manera de superar una situación es descubrir sus fallos, no negar la posibilidad del error, tener la voluntad de descubrir si hay problemas. El creativo es capaz de verlos, de circunscribirlos, y así evitar su exagerado planteamiento, o un desenfoque provocado por temores, fobias y oposiciones.

2.10 La redefinición

Es la capacidad de encontrar usos, funciones, aplicaciones diferentes de las habituales. Por ejemplo un periódico puede servir para cubrir ventanas rotas, o proteger el suelo de la pintura. Así se amplia el abanico de uso de los objetos para resolver problemas para los cuales no están diseñados y así se agiliza el trato con la realidad.

2.11 El nivel de inventiva

Es una conjunción de varios rasgos. Los inventores patentan numerosos objetos que van desde productos comerciables que a veces significan grandes aportes a la sociedad, hasta cosas triviales, lúdicas, que por costos de producción no llegan la circuito comercial. Los criterios son variados y no siempre es fácil distinguir cuando algo es una innovación o una leve modificación de algo previo.

3. MODELO PSICOANALITICO DE ESTIMULACION CREATIVA

3.1 Aproximación Histórica y Conceptual

Freud: Psicoanálisis como modo alternativo de tratamiento de alteraciones psíquicas; modelo de comprensión de la persona en sus distintas dimensiones. La mente esta dominada por fuerzas instintivas, y se compone del inconsciente, lugar inicial y profundo de la actividad mental, así el comportamiento externo es solo una parte de ella; y el consciente, donde algunas tendencias llegan a manifestarse abiertamente.

Hay tres instancias responsables del comportamiento:

- ✓ El **ello**, que esta para que el material del inconsciente se manifieste
- ✓ El **yo**, que media entre este y las formas mas organizadas de la conciencia.
- ✓ El **súper yo**, que juzga la actividad del yo según las normas sociales y morales.

El sistema psíquico **inconsciente** contiene formas, ideas, imágenes, símbolos extraños a la conciencia que siguen una dinámica primaria. El sistema psíquico **consciente** presenta formas elaboradas que siguen una dinámica secundaria a través de las funciones clásicas como el razonamiento, el juicio o la atención, (acciones controladas).

Psicoanálisis y creatividad.

Bronowski: Los hechos se descubren, las ideas se inventan, las obras maestras se crean. La creatividad se caracteriza por la transmisión, (el trabajo cuyo objetivo es la comprensión), y la inspiración, (fenómeno que aparece en el proceso y que es más característico de la actividad creadora).

3.2 Teoría de la creatividad

Según **Jung** el inconsciente esta lleno de gérmenes de futuras situaciones que psíquicas e ideas creativas.

Personalidad creadora: se diferencia por núcleos de funcionamiento mental llamados rasgos, factores o tipos, que afectan al carácter, a la inteligencia (**pensamiento convergente**), y a la creatividad (**pensamiento divergente**). Les importa la autorrealización y la libertad personal.

Según el psicoanálisis la actividad creadora se establece en las relaciones de los procesos primarios o instintivos, y secundarios, concientes y racionales. Existe un conflicto entre las tendencias primarias y las formas secundarias (determinadas por la sociedad); la persona debe solucionar un conflicto para desarrollarse y así determina la personalidad.

Los rasgos caracterológicos que comparten los individuos creadores son la autoconfianza, la capacidad de trabajo, la tolerancia a la ambigüedad, la flexibilidad.

Según **Freud** la personalidad esta determinada por las experiencias tempranas y las tres formas de resolver el conflicto:

- ✓ la **fijación** en experiencias placenteras,
- ✓ la **represión** de tendencias primarias de carácter sexual, y
- ✓ la **sublimación** de la energía instintiva, cuando los contenidos del inconsciente para expresarse se tienen que transformar.

3.3 Estimulación de la capacidad creativa e implicaciones educativas

Algunos individuos expresan el resultado de sus conflictos mediante actividades creativas y otros mediante síntomas neuróticos.

Los psicoanalistas de la creatividad se dividen en los que dan más importancia a la función del **yo** y a los procesos secundarios, y los que piensan que los procesos primarios y la función del **ello** son aspectos fundamentales en las producciones creativas, (Bolton 1978)

El **yo** podría acceder al material inconsciente sin necesidad de sumergirse en el, (sería patológico), dándose una regresión al servicio del **yo** en el momento del "eureka" (Kris).

Jung aporta en el sentido de que "mente" o "psique" y "conciencia" mantienen una relación de inclusión, en que la primera engloba a la segunda.

El inconsciente parece ser capaz de examinar hechos y sacar conclusiones de modo muy parecido al consciente.

La estimulación creativa se apoya en tres supuestos:

- ✓ Importancia del material (psicológico) y actividad consciente
- ✓ Necesidad de establecer una forma de acceso al material y actividad inconsciente
- ✓ Establecer relaciones que aseguren la correspondencia de los datos del inconsciente.

Las soluciones creativas se consiguen frecuentemente en estado inconsciente o semiconsciente, por lo que es posible buscar vías de acceso para incrementar la creatividad, como la meditación, como principio de búsqueda de la liberación de lo consciente.

4 MODELO GESTALTICO DE ESTIMULACIÓN CREATIVA

4.1 Aproximación histórica y conceptual

La **Gestalt** (tiene como antecedente inmediato el "Grupo de Wurzburg"); forma parte de un grupo de propuestas clásicas opuestas a las formulaciones del asociacionismo (para los que la percepción es una reproducción exacta de los objetos), en que no se admite la representación de elementos separados unos de otros, la mente tiende a unificarlos y combinarlos en un todo armónico.

Ante un mismo material para organizar los individuos:

- ✓ Ante un problema adoptan un plan de acción
- ✓ Ese plan se deriva desde la formulación del problema
- ✓ El plan determina el proceso y los pasos que se han de llevar a cabo
- ✓ Existe una coherencia entre plan, proceso y pasos
- ✓ El conocimiento es motivado y no surge accidentalmente por hechos fortuitos.
- ✓ Todo proceso de pensamiento una finalidad y un plan y cuando se llega a la solución se produce un "insight" (conciencia inmediata de tener una certeza).

Las instrucciones son tendencias determinantes y están en el plan y en la solución.

Hay según la Gestalt, dos formas de pensamiento:

- ✓ Productivo que conduce a nuevos productos mentales, cuando se produce un conflicto la solución es original y no automática, indirectamente determinada por la propia formulación del problema.
- ✓ Reproductivo, que es una actualización del conocimiento potencial que forma una totalidad en la que sus partes constituyentes son determinantes y tienden a completarse a partir de un "esquema anticipatorio".

4.2 Teoría de la Creatividad

La **Gestalt** da una explicación del funcionamiento mental que aporta datos sobre como se producen las soluciones y sus impedimentos. El estudio del pensamiento creativo se puede abordar desde un problema que precise de una abstracción de algo conocido previamente que se aplica a un contexto distinto del original.

Asume como unidad básica de estudio la estructura o totalidad que forman los elementos en la mente, que a su vez forman también una totalidad con la situación en que se encuentran, y no tienen ningún sentido independiente del contexto en que se encuentran.

Según la **Gestalt** el todo es diferente de la suma de sus partes y el proceso de pensamiento es una sucesión de reorganizaciones sucesivas que conducirán a nuevos complejos relacionados con el planteamiento inicial. Tal es el caso del clásico problema de la figura y el fondo, en que la solución corresponde a la posibilidad de romper con la tendencia estereotipada que nos suele dominar (**rigidez funcional**), ignorando otras soluciones igualmente adecuadas.

4.3 Estimulación de la capacidad creativa e implicaciones educativas

Los materiales implicados en un problema tienen lecturas diferentes en función del lugar en que se concreta la atención de quien los maneja, por lo que se requiere flexibilidad en la lectura, por lo que la educación de la flexibilidad perceptiva y cognitiva es esencial y consiste en ampliar los marcos de referencia con los que operamos habitualmente, aprender a elaborar aquellos en los que se inscriban conocimientos diversos que pueden tener un valor funcional intercambiable y buscar analogías funcionales.

Es relativamente pequeño el número de propuestas educativas basada en esas ideas.

5 MODELO ASOCIACIONISTA DE ESTIMULACIÓN CREATIVA

5.1 Aproximación histórica y conceptual

Basadas en la explicación de los comportamientos externos por la existencia de asociaciones entre estímulos (**E**) – respuestas (**R**) que determinan el comportamiento al margen de la actividad del sujeto y la mente almacena las asociaciones.

El **Asociacionismo** describe y explica lo que ocurre a nivel del pensamiento durante el proceso de aprendizaje de nuevas conductas: Una respuesta externa viene precedida de un proceso de pensamiento, este consistiría en respuestas que no se manifiestan, y se trata de averiguar como funciona y cuales son sus mecanismos.

Supone que un proceso de pensamiento es consecuencia de la existencia de distintas respuestas asociadas al mismo estímulo, así cada **E** puede relacionarse con distintas **R**, y la que ocupa el lugar mas elevado de una cadena organizada jerárquicamente es la que se produce.

Las asociaciones **E – R** cambian de lugar según leyes de asociación y de refuerzo. La explicación del comportamiento por parte de este modelo es mecanicista.

Entonces la jerarquía de respuestas es susceptible de ser modificada por las **R**; algunas se asocian al azar a un **E**, por ensayo y error una **R** ocupara un lugar mas o menos elevado en la jerarquía y las cadenas funcionaran por estímulo.

Mientras **Pavlov** trabajo en el descubrimiento del aprendizaje por contigüidad, **Thorndike** formuló leyes sobre las causas del aprendizaje, como la "**ley del efecto**" según la cual los pasos del proceso de aprendizaje que han tenido éxito se conservan y los que son infructuosos se eliminan.

5.2 Teoría de la Creatividad

En este modelo, que parte de la tendencia a responder de forma estereotipada a la **situación – estímulo**, tiene como objetivo explicar el **pensamiento**, a diferencia del conductismo que trata de las **conductas manifiestas**.

La **jerarquía de hábitos** puede ser modificada por un mecanismo de "**mediación**" que consiste en que un **E** externo provoca una **R** interna en miniatura o "**mediacional**", que crea un nuevo estado interno con capacidad de estímulo, que evoca una nueva **R** externa, tantas veces como sea necesario, hasta una **R** final observable. La mediación ocurrió durante el proceso de reforzamiento interno.

Berlyne (1972, neosociacionista) admite el papel activo del individuo en el proceso, y va pasando por diferentes momentos en el proceso de pensamiento en los que va eligiendo las que considera adecuadas.

Para **Berlyne** el pensamiento productivo y el creativo son lo mismo; el pensamiento creativo es improbable, impredecible y valorado socialmente; la configuración de una jerarquía deriva de la interacción social.

Maltz: la creatividad puede consistir en búsqueda de clases alejadas de la correspondiente a la **situación – estímulo** inicial.

5.3 Estimulación de la capacidad creativa e implicaciones educativas

¿Como establecer las **R** que ocupan posiciones débiles en las jerarquías? Según Maltz induciendo al sujeto a que produzca nuevas asociaciones a partir de los mismos estímulos. Las asociaciones originales ya existen en la mente, por lo que la solución creativa puede salir por contigüidad accidentalmente, si la **R** se halla almacenada en una posición colindante a la asociación predominante y puede surgir por semejanza de los elementos asociativos, produciéndose combinaciones de asociaciones porque pertenecen a una respuesta mediacional común.

El modelo parte de los conocimientos almacenados en la mente y organizados mecánicamente siguiendo las leyes de la asociación. El papel de la casualidad es preponderante para la ocurrencia de respuestas originales y la mayor parte de los comportamientos viene determinados por las condiciones en que se producen las asociaciones.

6 MODELO CONDUCTISTA DE ESTIMULACIÓN CREATIVA

6.1 Aproximación histórica y conceptual y teoría de la creatividad

Las formulaciones clásicas del Asociacionismo dieron lugar a otra corriente que, partiendo del funcionamiento mecánico de la mente considera que su actividad puede ser controlada desde fuera mediante la conveniente aplicación de reforzamiento. Se interesa exclusivamente por las respuestas concretas, externas y visibles de más fácil cuantificación.

Watson (1913): el pensamiento es un lenguaje que le falta intensidad para ser escuchado. Asociaciones que ocurren al azar se pueden aprender; las respuestas son reacciones a un estímulo, y tienen a su vez la capacidad de convertirse en nuevos estímulos.

- ✓ La ley de la frecuencia asume esa capacidad funcional: cuanto mas frecuente una persona de una **R** a un **E**, mas probable es que se produzca la mismo **R** al mismo **E** en el futuro.

Skinner neoconductismo inductivo: estudio de la conducta, externa, visible y medible; el comportamiento es función de sus consecuencias.

- ✓ Una **R** se refuerza, positiva o negativamente, en función de su adecuación o inadecuación a la demanda que plantea **E**, condicionando su ocurrencia o desaparición en el comportamiento futuro.

La creatividad se conceptualiza como respuestas infrecuentes u originales que se producirían por demanda o presión ambiental.

6.3 Estimulación de la capacidad creativa e implicaciones educativas

- ✓ Los métodos conductistas se basan en el reforzamiento positivo de aquellas respuestas alejadas de las comunes.

Las asociaciones remotas aumentan si se dan las instrucciones para hallar usos originales en un campo de utilización en el que el instrumento se utiliza con poca frecuencia.

La adquisición de pautas de comportamiento es central en el conductismo y tiende a confundirse con cualquier teoría del aprendizaje.

El condicionamiento operante es el mecanismo que juega un rol fundamental en la adquisición de aprendizaje: a través de instrucciones específicas y hábitos aprendidos, se puede posibilitar o mejorar la soluciones creativas de problemas en situaciones concretas.

7 MODELO CIBERNETICO DE LA CREATIVIDAD

7.1 Caracterización

Cibernética creativista, en la formación control y optimización con novedad y discontinuidad. Su dimensión objetiva tiene que ver con los productos culturales y la creación humana y su dimensión subjetiva que afecta a la persona a sus operaciones propias. Se trata de interpretar cibernéticamente la actividad creativa del hombre y las obras resultado de esa actividad.

El uso formal del razonamiento de analogía constituye una fuente constante de desarrollo creativo; la Teoría General de Sistemas y la teoría de modelos en que la clave para explicar la creatividad sería la introducción de orden, la estructuralidad, dar forma.

La introducción de orden y la liberación creativa que representa la información busca una optimización no cerrada, discontinua, divergente, propia de un sistema abierto.

Afecta a las aplicaciones cibernéticas científicas, tecnológicas y artísticas, realizada sen computador por ejemplo, en la inteligencia artificial, y determinadas realizaciones poéticas, musicales o plásticos.

7.1 Información realmente novedosa

La información indeterminada, promotora de expectación, la poco probable, puede ser fuente de creación y producción original

7.2 Elección libre de las alternativas

Libertad y espontaneidad personal en la discriminación elección y selección de alternativas que se traducirá en una integración o síntesis para una elaboración creativa de resultados.

7.3 Control optimizante de flujo informativo

Algunos actos creativos pueden aparecer como “fulguraciones” o apariencias nuevas. El flujo informativo, en una selección espontánea, puede ser controlado o regulado para optimizarlo partiendo de patrones fluctuantes, valores ideales de la acción éstos pueden ser cognitivos, afectivos y tendenciales, lo que determina una optimización en distintos niveles la adaptación puede ser proyectiva o adaptativa La creación humana es menos adaptativa que proyectiva.

7.4 Integración integral-funcional en un sistema abierto

Los sistemas de información son creativos cuando se integran en un sistema abierto. El mayor equilibrio no es creativa en sí mismo se requiere la conexión con otros sistemas en un equilibrio estructural - funcional. Que permite encontrar nuevas formas de optimización actuando en un sistema abierto, o sea, conectado, relacionado o interrelacionado se posibilita la integración y control que el sistema cibernético representa.

7.5 Originalidad y personalismo de la acción y de sus resultados

La acción a representar y sus productos derivados rasgos de personalismo complementarios con los otros aspectos del modelo: Información novedosa, elección libre, etc.

7.6 Impulso creativo, pasos

Desde el punto de vista cibernético, las claves de la creatividad en una optimización ascendente y evolutiva a partir de un impulso que permite un desenvolvimiento perfecto, constructivo, estructurador y no entrópico están en:

- ✓ Contribuir a la liberalización y a la autodeterminación:
- ✓ Captación de la variabilidad y de vulnerabilidad
- ✓ Discriminación del factor diferencial, novedoso y utilizable de dicha información
- ✓ Elaboración como control optimizante, o sea la integración estructural-funcional de una nueva información

8. MODELO HUMANISTA DE ESTIMULACIÓN CREATIVA

8.1 Aproximación histórica y conceptual

Surge como reacción al conductismo, rescatando las particularidades de la naturaleza humana:

Adler: el individuo tiene un poder creativo que se encuentra en cualquier actuación de su vida, haciendo algo más que responder a tendencias instintivas.

Maslow: la persona tiende al crecimiento debido a una escala de necesidades jerarquizadas (de carácter fisiológico, seguridad, posesión, amor, autoestima, autorrealización).

Rogers: perfeccionamiento evolutivo en cuanto a autonomía y responsabilidad. Los dos sistemas de fuerza son la seguridad y la motivación de logros.

8.2 Teoría de la creatividad

Una sociedad uniformadora puede llevar a un estado de malestar con consecuencias patológicas por lo que la creatividad tiene implicaciones de autorrealización. En la infancia la tendencia espontánea y creativa es natural, sin objetivos. La tendencia a la creatividad se vincula al desarrollo, por lo tanto, el proceso tiene que ver con las aptitudes y actividades expresadas cotidianamente.

- ✓ Creatividad primaria: vinculada a la autorrealización
- ✓ Creatividad secundaria: producción existente en la ciencia, literatura, plásticas y literatura, integrada expresión de talentos especiales y sujetos a la crítica.

Según **Rogers** se debe objetivizar la creación a través de un producto externo y visible que permita apreciar su originalidad y distingue la creatividad constructiva, que requiere una apertura total de la conciencia y habilidad especial para producir espontáneamente ideas, formas y relaciones y creatividad destructiva.

Implicaciones educativas: la creatividad es algo necesario y natural que deriva de necesidades sociales, y el individuo nace con una disposición creativa.

- ✓ La educación debe crear condiciones que favorezcan estas tendencias y no es una mera transmisión de conocimientos.
- ✓ La educación debe estar centrada en el estudiante que debe aprender a aprender, en una situación:
 - De seguridad psicológica a partir de un facilitador de aprendizaje valorando sentimiento y potencialidades y comprensión empática.
 - Libertad psicológica en un clima de tolerancia de situaciones reales en grupos de trabajos que faciliten intercambios.
 - Capacidad de elección en un aprendizaje autoiniciado bajo la propia responsabilidad

9. MODELO COGNITIVO DE ESTIMULACIÓN CREATIVA

9.1 Aproximación histórica, conceptual y teoría de la creatividad

Atiende a los procesos implicados en las actuaciones "inteligentes" lo que supone una educación entre objetivos y medios empleados.

9.1.1 Planteamiento de Piaget

Análisis de las capacidades cognitivas y fases del desarrollo. Actividad del sujeto conlleva a una autotransformación de capacidades y construcción de nuevas posibilidades influido por circunstancias ambientales. El concepto "esquema" es construido por el propio individuo a partir de experiencias puestas en acción, permite la integración de la información y su búsqueda y se modifica en función de la experiencia. Los esquemas son importantes para las corrientes cognitivistas que abordan el estudio de diferentes procesos mentales. El proceso de pensamiento que desemboca en el producto creativo presenta una serie de pasos:

Preparación, incubación, iluminación y verificación, estas fases se producen a nivel interno y son imperceptibles para el observador.

La creatividad es un proceso relacionado con el pensamiento en general que puede explicarse por medio de los esquemas de conocimiento.

9.1.2 El planteamiento del procesamiento de la información

Las teorías del procesamiento de información ven al hombre como una computadora dotada de programas a los que les es posible crear modelos de actuación que llevan a una solución.

Distinguen problemas bien definidos, que aportan la solución desde un punto de partida y un punto final muy claro; mal definidos son los que afecta a la premisa y a la solución.

Problemas de transformación y ordenamiento son generalmente bien definidos y de inducción son poco definidos.

Los **esquemas** son los responsables de las producciones creativas, están en interacción constante unos con otros.

9.2 Estimulación de la capacidad creativa e implicaciones educativas

Los esquemas tienen la capacidad de modificarse y adaptarse a necesidades concretas, son marco interpretativo de la realidad, flexible y se modifican a sí mismo cuando es necesario. El esquema de conocimiento es la representación que posee una persona sobre una parte de la realidad (Coll 1983). La motivación permite tomar conciencia de la necesidad de provocar una transformación por sí mismo es fundamental buscar la forma de percibir a través de un mecanismo de inducción y pensamiento metafórico en una secuencia de:

1. Discriminación
2. Identificación, comparación, contraste, clasificación, exploración, análisis, evaluación.
3. Síntesis (producto transformado creativamente)

La propuesta de Taylor:

1. Exposición (recepción de un estímulo sensorial)
2. Fase pre-divergente o de ordenación de información
3. Conversión, que es la transformación por analogía
4. Post divergente, que es la modificación
5. Expresión (producto del proceso)

10. MODELO TRANSACCIONAL DE LA CREATIVIDAD

10.1 Aproximación conceptual al modelo

La denominación corresponde a la interacción de la persona con los estímulos externos, por el modo de entender nuestra realización a través del medio proyectando a la persona más allá de sí mismo, transformando y actualizando también el medio.

La actividad creativa es una reacción activa de intercambio en un ambiente de influencias afectivas que determinan el desarrollo de la autoimagen. El crecimiento creativo está relacionado con la estimulación de la fantasía y estimulación de imágenes de experiencias vividas a través de los juegos.

Existe una tendencia natural de dar forma o configuración al entorno más que ser conformado por él. Esta fuerza transformadora es, en la infancia, una espontaneidad expresiva que se convierte en un aprovechamiento técnico que le da sentido a materiales; posteriormente adopta la forma de genio inventivo y, por último, de flexibilidad innovadora.

La dimensiones de un modelo transaccional:

La motivación transaccional es la que el sujeto configura a el entorno y lo hace suyo y la estimulación ambiental son los pilares del modelo. La creatividad se integra como proceso transformando problemas genéricos en resultados.

La creatividad se manifiesta en cinco niveles expresivo, productivo, inventivo innovador y emergentes. La percepción personal de las cosas produce tres niveles de acción:

1. Nivel de reacción: fase de exposición, fase de implosión (incubación), fase de transformación (insight), explosión y producción.
2. Nivel de interacción en el medio
3. Nivel de transacción

10.2 Niveles de creatividad y aplicación escolar

Una clasificación de creatividad expresiva que es espontánea e improvisada con un grado de cambio mínimo. Creatividad productiva en la cual se fija un objetivo.

Creatividad inventiva, que llega a manipular elementos del medio.

Creatividad innovadora, con un alto nivel de flexibilidad ideacional y un alto grado de originalidad.

Creatividad emergente, presentada en un lenguaje abstracto sin precedentes inmediatos.

11. PARADIGMA QUIZÁISTA EN CREATIVIDAD E INNOVACIÓN DIDÁCTICAS

11.1 Creencias Básicas

El nombre se refiere a la palabra "quizás", aplicada como un método de cuestionar.

- a) En todo ser humano hay destellos de originalidad.
- b) La originalidad es posible en todas las facetas de la conducta humana.
- c) La originalidad es cultivable.
- d) La inventiva y la creatividad son orientables desde la escuela.
- e) No puede haber "Métodos definitivos" para el logro de originalidad.

11.2 Estructura dimensional “quizás”

Podríamos tomar decisiones cuasi normativas que nos aproximen al modelo:

1. Descubridor, desvelador, explorador, denunciador, revelador
2. Interpretador, rastreador, histórico, hermeneúico, heurístico
3. Mágico, predictor, adivinador, pronosticador, vaticinador
4. Generalizador, transformador, inventor, combinador, innovador
5. Creador, fantaseador, utópico, quimérico, recreador.

Estas cinco dimensiones son arcos verbales entrópicos que permitirían operacionalizarse como modelo creativo estableciendo.

11.3 Indicadores de resolución de problemas “versus” indicadores de la creatividad

1. Actitud de curiosidad o asombro, apertura o sensibilidad hacia lo que nos rodea y a sus carencias.
2. Fluencia, fluidez o facilidad hacia el “superdesplazamiento casi intuitivo” y captaciones casi-instantáneas del entorno.
3. Flexibilidad que salte y salve distancias inmensa.
4. Advertencia perspicaz de lo inacabado, incompleto, etc.
5. Originalidad para promover, producir o eludir, bien lo nuevo, bien lo obvio.
6. Aceptación de lo ambiguo o ambivalente (vacilación del mismo del quizás)
7. Maniobra fácil dentro de lo aparentemente inseguro o caminar en “playas entrópico-movedizas”
8. Confianza en sí mismo con estilo paradójico.
9. Tenaz, penetrante y absorta entrega intrínseca a la tarea autoimpuesta.
10. Promoción comunicativa declarando válida, sin más, la oferta promovida. Podría añadir mucho más pero basta con decir:
11. Creencia en la creatividad, que se instala en varios de los indicadores sintetizados.

11.4 Evaluación cualitativa en el paradigma quizaísta.

Para que una evaluación sea válida tiene que poder determinar lo que pretende realizar, en este modelo se propone emplear “evaluaciones oceánicas o relampagueantes” y dar valor a la pertenencia del acto creativo.

La decisión holística no es consecuencia de un análisis detallado y una recomposición posterior no es la aplicación de ecuaciones de predicción. Supone esta forma de evaluar un discurrir rápido sobre un proceso adivinando más que constatando su estructura dinámica. Quizás las decisiones evaluadoras sea asistemáticas o irreflexivas, pero complican al evaluador hasta la euforia. O produce el “impacto intuitivo” o el aspecto creativo de lo considerado se nos escapa. El paradigma quizaísta ha de incluirse en estrategias y tácticas que a su vez desarrollen las innovaciones o quizás hagan sentirse más creativos a cada uno de los alumnos.