



RIPS. Revista de Investigaciones  
Políticas y Sociológicas

ISSN: 1577-239X

[usc.rips@gmail.com](mailto:usc.rips@gmail.com)

Universidade de Santiago de Compostela  
España

Valero-Matas, Jesús A.; Valero-Oteo, Irene; Coca, Juan R.; Laurencio Leyva, Amauris  
Creatividad y educación para el siglo XXI desde una perspectiva sociológica  
RIPS. Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas, vol. 15, núm. 2, 2016, pp. 201-  
222

Universidade de Santiago de Compostela  
Santiago de Compostela, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=38049062010>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en [redalyc.org](http://redalyc.org)

[redalyc.org](http://redalyc.org)

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

# Creatividad y educación para el siglo XXI desde una perspectiva sociológica<sup>1</sup>

**Jesús A. Valero-Matas**

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID (Y CATHOLIC UNIVERSITY OF AMERICA), GIR TRANS-REAL LAB.,  
PALENCIA, ESPAÑA  
valeroma@soc.uva.es/valeroj@cua.edu

**Irene Valero-Oteo**

UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO, LEIOA, ESPAÑA  
irenevalero92@gmail.com

**Juan R. Coca**

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID, GIR TRANS-REAL LAB, SORIA, ESPAÑA  
juancoca@soc.uva.es

**Amauris Laurencio Leyva**

UNIVERSIDAD DE LA HABANA, LA HABANA, CUBA  
amalaur@cepes.uh.cu

**Resumen:** La creatividad es un factor importante en el desarrollo social, la investigación e innovación. Por ello, el siglo XXI donde se prodiga el conocimiento como eje vertebral del progreso, deberá ser analizado, estudiado y desarrollado en base a una creatividad, la cual requiere de instrumentos educativos-formativos a modo de su potenciación. Abordar su estudio desde una perspectiva sólo cognoscitiva, es dejar una de las partes fundamentales de la creatividad sin desarrollar y emprender mecanismos de progreso incompletos. De ahí, la necesidad de tratar el tema desde un enfoque sociológico, el cual es más completo.

**Palabras clave:** Innovación, creatividad, sociología de la educación, epistemología y modelo

**Abstract:** Creativity is an important factor in social development, research and innovation. Therefore, the twenty-first century where knowledge as a key element of progress is lavished. Therefore, requires educational and training tools to promote creativity in society. Study them only from a cognitive perspective, let one of the key parts of creativity and undertake undeveloped mechanisms incomplete progress. Hence, the need to address the issue from a sociological approach, which is more complete.

**Key Words:** Innovation, creativity, sociology of education, epistemology and model

1. Este trabajo ha sido producto del Proyecto de Investigación de la Universidad de Valladolid: "Estudios de los factores determinantes en la elección de los estudios de ciencias o humanidades en los Universitarios españoles". Ref. 18IPAF 99. Y Jesús A. Valero-Matas también desea agradecer al Plan de Movilidad del profesorado de la Universidad de Valladolid y a Catholic University of America por acogerle como Visitor Scholar (2015/2016) al Plan de movilidad del profesorado de la Universidad de Valladolid y a la Catholic University of America por acogerme como Visitor Scholar (2015/2016).

“El futuro es incierto...Pero esta incertidumbre está en el corazón mismo de la creatividad humana”

Ilya Prigogine

## 1. La creatividad y sus referentes epistemológicos

Crear es hacer, y una creación es simplemente lo que se hace. En este sentido, todo lo hecho por una persona da como resultado un producto, y esto puede interpretarse ampliamente, de manera que incluya no sólo a los objetos físicos sino también a los estados mentales y estructuras (por ejemplo, diferentes líneas de razonamiento), estados de cosas (por ejemplo, la tabla de una mesa rota y ser reconstruida), eventos y acciones (una avalancha, un baile), es el hecho la creación, el producto una creación y la persona un creador (Wreen, 2015:891).

Cuando se analiza el concepto de creatividad desde su génesis hasta nuestro tiempo se observa que su etimología no asienta sus raíces en la antigüedad, a pesar de estar presente a lo largo del proceso sociohistórico de la humanidad. No existe un tiempo en la historia de la civilización humana que esté al margen del proceso creador. En la Grecia antigua, por ejemplo, no se utilizaba un término referente a la acción de “crear”; más bien, se hacía énfasis en el término “descubrir”. Los artistas se consideraban imitadores de la realidad y, en este grupo, los poetas lograron deslindar las ataduras de este estereotipo social al lograr su asunción como “creadores”, de hecho, la palabra poeta viene de “poesis”, que significa inventar o fabricar. Por su parte en latín, encontramos los términos “creatio” y “creare”, de los cuales, los romanos hicieron un importante uso; aunque es válido señalar que no se empleaba en el mismo sentido con que se expresa en la modernidad. En el período cristiano se hace más notable el uso del término “creatio”, únicamente referido a Dios como creador de todas las cosas, y sólo él, posee la capacidad de crear. Este pensamiento limitó la aproximación científica del término al ámbito teológico, no trascendiendo al reconocimiento de la capacidad humana de crear.

La renuncia al pensamiento de que *“toda creación surge de la nada”*, constituye un hito epistemológico del siglo XIX, favorecedor de la comprensión de la creatividad y el acto creativo, a partir del reconocimiento de la posibilidad humana de crear desde las perspectivas de factores objetivos y subjetivos, condicionantes del desarrollo de esta capacidad.

Como se aprecia, la historicidad del término denota que fue considerado, primero como una actividad ajena a la experiencia humana, luego como un atributo privativo de los artistas y, finalmente, como un rasgo humano expresado en diferentes maneras y grados de desarrollo.

En las etapas históricas referidas puede encontrarse la génesis del devenir epistemológico del concepto creatividad. En cada una de ellas se manifiestan aproximaciones de distintos niveles de complejidad, con mayor o menor cercanía a la realidad objetiva del fenómeno y su expresión en la subjetividad. El estudio de la literatura pone de relieve que la última etapa, en que la creatividad se consideró como atributo a desarrollar en todos los seres humanos, las investigaciones sobre el tema no sólo se consolidaron, sino que se diversificaron de acuerdo con los diferentes puntos de vistas y concepciones intelectuales, sociales, culturales y filosóficas de los autores.

Todo esto trae como consecuencia la aparición de una gran diversidad de definiciones sobre el fenómeno de la creatividad. Unas hacen referencia a una sola dimensión mientras otras enfatizan la integración de estas en la personalidad, pero todas desde la perspectiva cognitiva.

Para Lowenfeld y Lambert (1947) la creatividad es la síntesis del desarrollo emocional, intelectual, físico, perceptivo, social y estético del individuo. En Drevdahl (1956, 22) la creatividad es la capacidad humana de producir resultados mentales de cualquier clase, nuevos en lo esencial y anteriormente desconocidos para quien los produce. Charles Sanders Peirce relaciona también la abducción con la creatividad y con la imaginación al considerar que la abducción es la operación de la mente por la que, al observar algo sorprendente, surge en nosotros una conjetura que aparece como una explicación posible. Dicho proceso, afirma Peirce, es el tipo de síntesis más elevada que puede llegar a realizar nuestra mente para aumentar el grado de inteligibilidad a través de un proceso de incorporación de ideas no contenidas en los datos. Esto hace que se produzcan conexiones lógicas que, de otro modo, no hubiesen sido posibles (Peirce 1931, 58).

La creatividad incluye la formación de nuevos sistemas y nuevas combinaciones a partir de datos conocidos, así como las transferencias de relaciones conocidas a nuevas situaciones y la formación de nuevas correlaciones. En Getzels y Jackson (1962) la creatividad es el proceso de crear realidades bien conocidas, en relaciones nuevas, de manera que pueda lograrse una mayor efectividad. Guilford (1950, 1980) propone que el término de creatividad e inteligencia no son lo mismo, señalando que ambas son habilidades homólogas pero diferentes. Guilford entiende la creatividad, “como una forma distinta de inteligencia, por eso, la denomina: pensamiento divergente en contraposición al pensamiento convergente”. Como dice Herran Gastón (2009, 49):

“Desde él, otros investigadores relevantes hayan suscrito que las personas más creadoras presentaban divergencia de pensamiento, mientras que las menos creadoras tenían como característica representativa un pensamiento convergente. Por esto, J. P. Guilford calificará al pensamiento divergente como el elemento más importante del pensamiento creador”.

Gardner (1987, 2011) define al individuo creativo, “como una persona que resuelve problemas con regularidad, elabora productos o define cuestiones nuevas en un campo de un modo que al principio es considerado nuevo, pero que al final llega a ser aceptado en un contexto cultural concreto”.

Por otro lado, Torrance (2003) entiende la creatividad como:

“Un proceso que vuelve a alguien sensible a los problemas, deficiencias, grietas o lagunas en los conocimientos. Lo lleva a identificar dificultades, buscar soluciones, hacer especulaciones o formular hipótesis. Lo conduce además a aprobar y comprobar esas hipótesis y a modificarlas si fuese necesario, además de comunicar los resultados emergentes de este proceso”.

Como se aprecia, la esencia de estas definiciones son procesos cognitivos destinados a solucionar problemas. En algunas de ellas, aparece una dimensión de la creatividad como rasgo esencial o único que la determina. Es llamativo que los autores que definen este concepto a partir de una dimensión, subvaloran los elementos inductores o motivacionales, haciendo énfasis en la naturaleza cognitiva de la creatividad.

Sternberg (1999) expone las diferentes teorías explicativas de la creatividad desde dimensiones cognitivas, psicoanalíticas, evolutivas, biológicas o del comportamiento humano, pero no introduce visiones o aspectos sociológicos o educativos que favorecen o fomenten la creatividad. Una de las teorías más antiguas de la creatividad es la perspectiva biológica postulada por Galton (1869) en la cual exponía que, las principales ideas creativas estaban agrupadas en familia acomodadas y de renombre social. Es decir que si bien, no residía fundamentalmente en el aspecto biológico, bueno, sí se toma como aspecto dominante el linaje, lo que ocurría es que, nacer en el seno de una familia acomodada con acceso a estudios superiores y universitarios, eran quienes podían hacer valer su creatividad, mientras otros, posiblemente dotados del *don* de la creatividad y quienes no accedían a la escuela para su adiestramiento no podían proyectarlo a la sociedad.

En esta misma línea, pero desde una dimensión educativa, está la propuesta de Saturnino de la Torre (2006) para quién, la creatividad consiste en generar ideas nuevas y saber comunicarlas. Esta es la energía necesaria para producir cambios en el entorno cotidiano, así como aprovechar cualquier estímulo del medio para generar alternativas en la solución de problemas. La atribuye cuatro dimensiones básicas: persona, proceso, medio y producto.

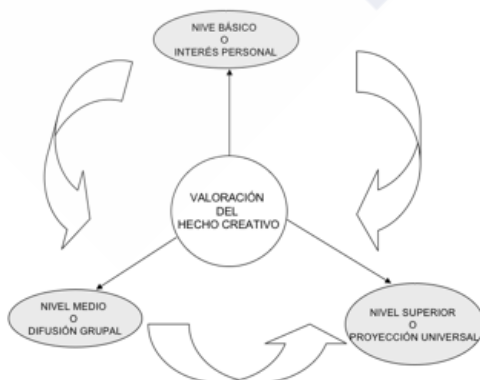
Si bien, de la Torre incluye en calidad de dimensiones no los rasgos de la persona creativa, sino los componentes del acto creativo: el hombre, el medio donde se crea, el resultado del acto de creación y el proceso mediante el cual se expresa el mismo. Esta orientación teórica es interesante, pero en nuestra opinión es más

adecuado llamar dimensiones a los rasgos del individuo creativo que a los componentes del acto mismo.

Csikszentmihalyi es otro autor que proyecta la creatividad más allá del ámbito de lo cognitivo, situando lo social y lo cultural al mismo nivel que lo psicológico. Para él, “la creatividad no se produce dentro de la cabeza de las personas, sino en la interacción entre los pensamientos de una persona y un contexto sociocultural”. (Csikszentmihalyi 1999, 317).

En estas definiciones, aunque algunas intentar proyectar más allá de lo cognitivo, su principal proyección recae en el análisis psicológico. Por lo tanto impide tener una visión más amplia del hecho creativo, como dice Pascale “el proceso de crear excede la frontera de la persona para insertarse en la interacción de persona, ámbito y dominio” (Pascale 2005, 77). Esta falta de perspectiva sociológica de la creatividad conlleva sustraer la creatividad de todos los aspectos y dimensiones de la vida, porque la sociedad es el espacio donde se mueve el ser humano y de su relación depende su supervivencia. Por eso no se puede eludir la importancia del análisis sociológico en la creatividad, como apuntan Burns, Machado y Corte (2015,182) “la creatividad implica un proceso de originalidad, transformación o adaptación de ideas, artefactos, sistemas, de un sector o dominio, de estados del mundo o cualquier otra entidad que se construye como diferente o desviada de lo existente en un contexto dado, como por ejemplo, una área específica o propiedad institucional”. De ahí que el análisis sociológico de la creatividad no puede retrotraerse a un segundo plano, puesto que la supervivencia del ser humano en una sociedad está sujeta al *kit cultural* que se le transmite a través del proceso de socialización.

**Figura 1**  
Niveles del hecho creativo



Fuente: elaboración propia



En este orden, la importancia de la conexión entre individuo y sociedad es fundamental para la comprensión del hecho creativo. La creatividad como potencial humano está determinada por la sociedad, Y es que, el logro en las diferentes esferas del saber está oculto bajo variables sociales. No se puede pasar por alto, que la creatividad está coligada a la socialización, la familia, la escuela, los pares, los medios de comunicación, entre otros son agentes de socialización y por ende, van a condicionar tanto el aprendizaje como el comportamiento del individuo. Bourdieu y Passeron (2005) hablaban de cómo la educación es agente fundamental de reproducción y de la estructura de las relaciones de poder y las relaciones simbólicas entre las clases, ponen énfasis en la importancia del capital cultural heredado en la familia como clave del éxito en la escuela. Y de nuevo, retomamos a Galton, para quién la familia será agente de reproducción social, pero también, la escuela y los pares, quienes, a su vez, tendrán una función importante en el crecimiento o no de la creatividad.

Por lo tanto, es tan importante el contexto socio-histórico como el cognitivo en el análisis y estudio de la creatividad ligada a la creación y desarrollo del hombre. Pues la creatividad no sólo depende de factores psicológicos, tales como la experiencia anterior, motivaciones y habilidades; sino que, además, obedece a condiciones socioeconómicas del momento histórico que le tocó vivir al ser humano. Por otra parte y sobremanera importante, la creatividad existe no sólo para el propio hombre sino para los demás. Puesto que cuando alguien descubre o innova no es tan sólo por una cuestión personal, sino también es un asunto social. (Sick,2014).

## **2. Modelos de creatividad**

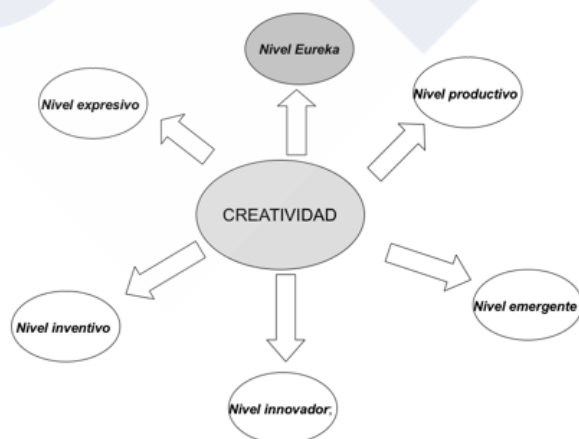
Uno de los primeros modelos fue el diseñado por Taylor (1901). Dicho modelo distingue cinco niveles dentro de la creatividad, o formas de manifestación de la conducta creadora, que dependen directamente del grado de transformación del entorno. De tal manera que, la capacidad creadora esta sujeta a un contexto concreto. La propuesta de Taylor de la creatividad se centra en un enfoque de factores cognitivos como forma de pensamiento, para posteriormente llegar hasta la búsqueda de posiciones más integradoras donde se manifiesten la creatividad expresiva, productiva, inventiva, innovadora y emergente:

- *Creatividad expresiva* se refiere a la capacidad de las personas a dar respuestas a los estímulos.
- *Creatividad productiva*, responde a la producción original de la persona, si bien, es un espacio donde domina el cálculo, lo numérico y queda muy poco recorrido para lo espontáneo, porque lo que se busca es alcanzar unos objetivos previamente establecidos.

- *Creatividad inventiva* es donde se concentra la mayor dosis de invención, donde el descubrimiento de nuevas realidades se hace presente.
- *Creatividad innovadora* como bien indica su nombre, permite captar la realidad, su esencia y naturalidad, manifestándose en la creación de lo nuevo, de lo auténtico.
- *Creatividad emergente* es donde se hace visible el talento, es decir, la creación de algo nuevo.

A nuestro juicio, falta un nivel, “la creatividad” *Eureka*, que como en todos los estadios de la vida, está ahí, y se manifiesta de manera espontánea. Este nivel es muy importante porque las mejores ideas, a juicio de muchas personas, llegan cuando menos se esperan o se dedican a cualquier otra cosa. Este tipo de creatividad, a nuestro juicio, es el que mantiene una mayor y más estrecha relación con la abducción peirceana. Independientemente de cómo surjan estas, cuando aparecen es necesario que las personas “las atrapen”. Como indica Thorne (2008,53) “es importante registrar todo, dado que incluso el detalle más insignificante puede acabar teniendo una importante relevancia en el resultado final”. En múltiples ocasiones, el hecho creativo es considerado como espontáneo, aunque surgido de un proceso como dice Joas (2002) de creatividad situada. Es decir, de una creatividad que nace de lo habitual, y emerge cuando la situación habitual entra en crisis, es entonces cuando el individuo busca diferentes medios para hacer frente a la situación, y por ende, surge *Eureka*, y se da con lo buscado y/o deseado.

**Figura 2**  
Formas de creatividad (adaptado de Taylor)



Fuente: elaboración propia



Otro es el modelo de Boden (1994). Como muchos otros teóricos de la creatividad, se enclava en la relación creatividad- inteligencia, y clasifica la creatividad atendiendo a dos parámetros:

- 1.- “*P-creativo*: psicológico-creativo que concierne a las ideas (en la ciencia o en las artes y oficios) (...) que son fundamentalmente novedosas respecto de la mente individual, sin importar cuantas personas puedan haber tenido la idea.
- 2.- *H-creativo*: histórico creativo, que en parte se aplica a las ideas particularmente novedosas respecto a toda la historia humana”. (Boden 1994, 55).

La propuesta de Gardner (1994) continúa en la misma dinámica y plantea 3 niveles de análisis para comprender la creatividad: Personal (Individuo). Impersonal (trabajo) y Pluripersonal (otras personas). Su razonamiento proyecta un visión pluralista de lo cognitivo, discriminado diferentes capacidades intelectivas, de manera que en cada una presenta diferentes capacidades de percepción, memoria y aprendizaje. Mas adelante y donde ha tenido significativas críticas ha sido en la categorización de diferentes inteligencias: Inteligencia lingüístico-verbal, Inteligencia Lógico-matemática, Inteligencia Espacial, Inteligencia musical, Inteligencia cinético-corporal, Inteligencia intrapersonal, Inteligencia interpersonal y Inteligencia naturalista (Gardner 2012).

El modelo de Csikszentmihalyi (1998) coincide con el modelo de Bourdieu (1980, 2007) o mejor dicho, toma de este el modelo de campos<sup>2</sup>. Diferencia tres espacios, y como se ha manifestado con anterioridad, en su argumentación teórica, la creatividad va más allá de la personalidad y la traslada también a lo socio-cultural. Esta no es producto de individuos aislados, sino de sistemas sociales donde se expresan juicios individuales. Por lo tanto, los individuos interactúan e intercambian ideas, valores, reflexiones etc. Esto hace que Csikszentmihalyi diferencie tres sistemas: Dominio, ámbito e individuo. Entonces, la creatividad se produce como consecuencia de la interacción de los tres sistemas:

- *Dominio o cultura*, es donde interactúan personas culturalmente diferentes y cada una aporta valores o ideas.
- *Ámbito o sociedad*, aquí, el individuo aporta elementos culturales y simbólicos generadores de cambio, y si estos son aceptados por un colectivo competente de personas, entonces se produce el cambio.
- *Individuo* se corresponde con lo íntimo del individuo, ahí construye sus ideas con acuerdo al ámbito y al dominio. Según este autor, sino se interconectan e interactúan los tres sistema, no se producirá el acto o descubrimiento creativo. Con este marco de referencia teórico, Csikszentmihalyi (1998) diferencia tres tipos de personas creativas, 1) las personas que expresan pensamientos poco comunes: es decir, individuos sobresalientes, originales, etc. 2) aquellas que expe-

2. Es un espacio social de acción y de influencia en el que confluyen relaciones sociales determinadas.

rimentan el mundo de forma nueva y original: los creativos propiamente dichos y 3) quienes generan cambios culturales: producen variaciones en el dominio.

De la Torre (2008) propone un modelo basado en las tres P: persona, proceso y producto. La creatividad ocupa un lugar muy importante en lo individual y social, pero para alcanzar su máxima expresión es necesario que venga acompañado de una educación amplia en todas sus dimensiones. Esto sólo se consigue si las tres P interactúan entre sí. En su teoría interactiva no queda sólo en el plano expositivo, sino que va más allá, y propone la necesidad de abordar el estudio, el desarrollo y la evaluación de la creatividad desde: *complejidad, interactividad, diversidad, utilidad social, toma de decisiones y la conciencia* (de la Torre 2006,134).

Estos modelos ponen de relieve la importancia en la creatividad en la construcción y desarrollo de la personalidad del individuo, pero no dan el salto cualitativo a lo social. Unos quedan exclusivamente para lo cognitivo, otros tratan de abrirse al espacio social, por la importancia del sujeto dentro de una sociedad, pero aun así, lo modelizan individualmente, es decir, siguen un análisis psicologicista.

Nuestra propuesta es no abordar el análisis solo desde lo microanalítico como acontece con la mayoría de las propuestas actuales, sino que se hace necesario una perspectiva más amplia, más social, un análisis macroanalítico, donde se incluye lo micro-individual dentro de lo macro-social. El sujeto es importante en la creatividad, pero no está aislado sino que forma parte de una sociedad, y por ello es condición obligada tratar el asunto desde una posición integral. Como señala Schmidt (2011:438) “los estudios actuales sobre la creatividad van mucho más allá de los realizados en los años 50 y que marcaron una trayectoria de investigación durante décadas al entender la creatividad atada a un área particular de conocimiento, y no como algo *generalizado*”. Por lo tanto, esto nos sitúa a establecer a la creatividad en un contexto muy diferente, y por ende, obliga a modificar los focos de canalización de la creatividad. En otras palabras, proyectarla en base a: 1) la creatividad ordinaria en el individuo, en lugar de genio, 2) Caracterizar en lugar de medir, 3) localizarla en el sistema social en lugar del individuo y 4) la creatividad como producto y no como necesidad.

De esta manera, el enfoque sociológico del hecho creativo diferencia tres categorías o mundos<sup>3</sup> donde a su vez, donde se clasifican tres fases o etapas de creatividad; primaria, secundaria y terciaria, que a su vez se hallan insertadas en las categorías o mundos.

- El Mundo 1 (M1) o *de curiosidad*<sup>4</sup>.
- El Mundo 2 (M2) o *refracción social*.
- El Mundo 3 (M3) o *de creación universal*.

3. Esta clasificación ha sido tomada de los mundos de Popper (1982) y adaptada a la creatividad

4. La cursiva es nuestra.

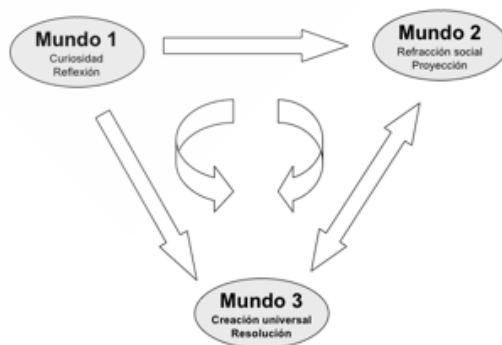
El Mundo 1 (M1) o de curiosidad, responde a ese elemento innato que los seres humanos tenemos por las cosas. Por norma general, se pone de ejemplo a los niños, cuya curiosidad es excelsa por todo lo desconocido que los rodean, sus preguntas, sus valoraciones, etc. Pero no sólo debemos fijarnos en el caso de los infantes, también los adultos tienen mucha curiosidad por lo desconocido. En M1 se dará la *creatividad primaria*, porque suceden dos cuestiones que serán vitales para el desarrollo y crecimiento de la creatividad, la curiosidad, como valor incipiente en toda cuestión humana como parte de una sociedad y, en segundo lugar, inspiración imprevista de una idea inconclusa, retomada, etc., o de un proceso creativo nuevo.

El Mundo 2 (M2) o refracción social, en el surgen amplias y complejas disquisiciones sobre la extensión de la creatividad. Es el camino intermedio entre lo que rodea al individuo y la subjetivación de la realidad a través de las ideas. En M2 se producirá la *creatividad secundaria*, como desarrollo y elaboración de una inspiración, del trabajo y la dedicación para llegar a la materialización de un proyecto.

El Mundo 3 (M3) o de creación universal. En este mundo, por su complejidad, el individuo tiene dificultades en alcanzarlo. Es el espacio donde el actor se sitúa a la hora de resolver los problemas. Ante esto, la educación tiene mucho que decir, puesto que por medio del aprendizaje, el individuo podrá diseñar herramientas e instrumentos que favorezcan la creatividad en los discentes. En este mundo se generará la *creatividad terciaria*, la cual está orientada al cambio social. A la búsqueda de una proyección trascendente al colectivo social, y la educación será un medio para alcanzar ese fin.

Por norma general, el M2 y M3 pertenece al M1, puesto que lo desconocido, implica poner en escena los mundos M2 y M3, de tal manera que se activa la creatividad, en la búsqueda de soluciones a ese problema generado por la mente humana. El mundo M2 mecaniza, procesa y activa todos los resortes personales y colectivos, y el mundo M3 intenta hacer frente a todo cuanto se deriva de la interacción social.

**Figura3**  
Mundos de creatividad



Fuente: elaboración propia

### **3. Creatividad y proceso educativo desde una dimensión sociológica**

Sobre la creatividad y su desarrollo docente múltiples son las incursiones desde diferentes disciplinas, entre ellas podemos destacar: Guilford,1950, Gordon,1961; Osborn,1963; Taylor, 1964; Parnes,1967; Torrance,1977; Fernández Enguita, 1986; Rogers,1996; Csikszentmihalyi, 1999; De Bono, 1999, De la Torre, 2003; Bernabeu-Goldstein, 2008, Chávez-Eakle, R. A, 2009; Sandri, 2013; Hammershoj, 2014.

Teniendo presente el modelo sociológico de la creatividad conjugamos dicho modelo con el proceso creativo-educativo. Este paradigma se edifica entorno a cuatro elementos, creatividad de socialización, creatividad adquisitiva-formativa, creatividad elaborativa y creatividad proyectiva.

• *Creatividad de socialización*, es aquella que viene dada por el don biológico o adquirida por el proceso de socialización. En el crecimiento intelectual-ambiental la persona va adquiriendo unos valores creativos con acuerdo al entrono socio-familiar. En este caso, las personas alcanzan unas capacidades creativas que posteriormente potenciarán la creatividad elaborativa y la proyectiva y además, llevará al individuo a desarrollar la creatividad científica, artística, etc.

• *Creatividad formativa* es la creatividad conseguida mediante el proceso de aprendizaje formativo. Las personas con poca creatividad, pueden desarrollarla por medio de diferentes técnicas, instrumentos, etc.

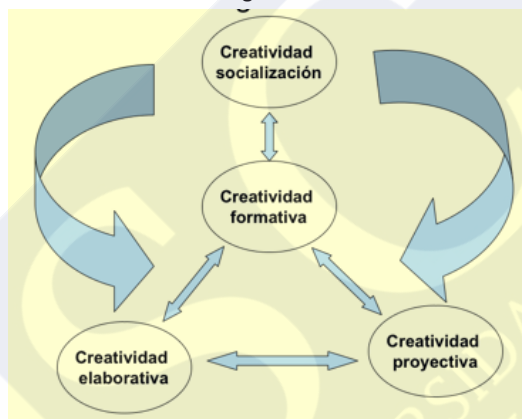
• *Creatividad elaborativa*, hace referencia a la creatividad que el individuo va moldeando, construyendo o dirigiendo. Bien, porque le ha venido de manera innata, a través del proceso de socialización o mediante el aprendizaje formativo. A razón de esto, el individuo va confeccionando una creatividad ajustada a las necesidades de cada momento, de manera que le ayuden a hacer frente a las necesidades y/o problemas surgidos en esa coyuntura.

• *Creatividad proyectiva*, es la creatividad programada por la persona en pro de satisfacer, mejorar o ayudar a la sociedad. Esta se verá influida por el resto de creatividades, porque su fin último es lograr un mundo mejor.

Con esto de fondo, como todo marco teórico-práctico, y en el caso concreto de la formación, requiere planificación y programación. Este modelo que establece diferentes etapas de evolución social, se planificará y se programará teniendo presente múltiples parámetros; léase capacidad, situación, profesión, o etapa formativa, porque cada uno requerirá técnicas, instrumentos y metodologías propias. Así, el docente que trabaja creativamente cabe esperar que no se convierta en un simple consumidor de conocimientos científicos; para ello, debe utilizar técnicas y herramientas educativas que lleven a crear situaciones docentes concretas que potencien la creatividad dentro

de un marco de acción individual-colectiva, evitando ahogar la capacidad de producción innovadora. Porque de lo contrario, la creatividad de la construcción quedará reducida a la creatividad de la destrucción.

**Figura 4**  
Modelo sociológico de la creatividad



Fuente: elaboración propia

La amplitud y polisemia del concepto creatividad profesional implica la interacción lógica y práctica entre creatividad y profesión, cuestión que por el nivel de abstracción que exige, resulta en extremo difícil describir; no obstante, es ineludible si se pretende alcanzar saldos favorables en lo concerniente a la orientación formativa del tópico.

La creatividad puede ser innata o educada, como expresa Bono (1994, 24) “la creatividad no es una cualidad o destreza cuasi mística; tampoco es una cuestión de talento natural, temperamento o suerte, sino una habilidad más que podemos cultivar y desarrollar. Obviamente si se tratara de una condición natural, no tendría sentido el esfuerzo para cultivarla y mejorarla y si no fomentáramos la capacidad creativa ésta dependería en todo del talento *natural*”. Por lo tanto, en un caso como en otro se debe propiciar el espacio para cultivarla. Ahora bien, la educación de la creatividad profesional es una tarea compleja y multifactorial. La creatividad del docente debe estar dirigida a determinar y descubrir contradicciones propias del ejercicio de la profesión en condiciones cambiantes, de ahí que el proceso de trabajo de la creatividad profesional en este ámbito esté determinado por problemas profesionales, y comienza cuando el docente pone al estudiante ante las con-



tradicciones, de forma tal que se produzca la toma de conciencia del problema y surja en él la necesidad de resolverlo.

La creatividad docente consiste en la comprensión lógica de tareas y actividades, y de procedimientos para su solución; cuestión que requiere de la implicación de los estudiantes en el proceso creativo. En esta lógica es necesario ser consciente que la lógica no es la clásica, sino la lógica abductiva, la lógica compleja, la lógica divergente.

Una manera de atraer a los estudiantes hacia la participación descansa como dice Landau (1987,112) en explicar “a los escolares que es necesaria una determinada actitud para el aprendizaje creativo: el alumno debe saber que de él se espera creatividad”. Con predisposición al aprendizaje creativo se logra generar un entorno dinámico donde el estudiante no está sujeto sólo a la transmisión de conocimientos, sino en un clima dinámico donde aflora la curiosidad, originalidad, la novedad, la imaginación y la reflexión. La apertura a estas dinámicas de aprendizaje junto a la transmisión de conocimientos, destrezas, habilidades y demás, puede quedar en esfuerzos baldíos, si no existe un verdadero reconocimiento de la importancia y valor que tiene la creatividad en el individuo como ser social. De no ser así, será difícil alcanzar los objetivos deseados.

El proceso docente estimula la creatividad siempre que haya conciencia de esa demanda y disponibilidad epistémica y práctica de los recursos didácticos necesarios para lograrlo mediante diferentes formas organizativas del proceso de enseñanza-aprendizaje. Como propone de la Torre (2009,162), “la creatividad docente se manifiesta en la propuesta de objetivos didácticos, en las actividades de aprendizaje, en la evaluación, pero sobre todo en la metodología utilizada”. Una de estas metodologías potenciadoras es el ejercicio práctico de la resolución de problemas. Cuando se articula como juego en equipo, no importa la dificultad, porque todos los participantes emplearan sus recursos creativos para resolver el mismo. La práctica de la resolución de problemas puede inicialmente generar problemas, pero abre la puerta a nuevas perspectivas y realidades para resolver problemas. La escuela es el lugar idóneo para iniciar a los estudiantes en el proceso creativo, y la universidad para la adquisición de estrategias para la resolución de problemas basados en la creatividad.

Una metodología adecuada, útil y dinámica que impulse la creatividad debe tener presente al menos, y evidentemente desde una perspectiva teórica, los siguientes elementos para su desarrollo:

- Seleccionar y elaborar objetivos ajustados a la relación formación-creatividad.
- Reducir contenidos a un mínimo necesario que no rompa con el proceso educativo.
- Utilizar métodos productivos de enseñanza.



- Proyectar el espacio docente hacia la creatividad.
- Orientar las tareas docentes y post-docentes a la creatividad.
- Elaborar material didáctico, textos, fichas, ejercicios, películas, juegos, etc., que potencien la creatividad.

**Figura 5**  
Fomento de la creatividad



Fuente: elaboración propia

Para estimular la creatividad en el aula, el docente desempeñará un rol activo, consciente y orientado hacia el cumplimiento de los objetivos del proceso, en interacción con los estudiantes. Para desplegar estos instrumentos, el docente debe tener capacidad de propiciar la innovación dentro de las actividades y tareas de organización didáctica y proyección formativa de la creatividad y el desarrollo del acto creativo. Como sugiere Klimenko (2008, 2002) “la implicación en el proceso del juego creativo permite al estudiante convertir el proceso de aprendizaje relacionado con adquisición de destrezas y conocimientos necesarios en algo muy divertido y significativo a la vez”.

A nuestro juicio, una buena metodología para elevar, crecer e incrementar la creatividad pasa por aquella que tiene presente cuatro aspectos: modos de pensar, modos de trabajo, herramientas/instrumentos de trabajo y aspectos de vivir en sociedad.

En esa búsqueda de fomentar la creatividad en la docencia, el docente debe reconocer el carácter transformador de su labor, a partir de desarrollar en los estudiantes aquellos atributos más característicos de la creatividad, tales como la originalidad, flexibilidad, elaboración, inventiva, curiosidad, sensibilidad e independencia. Lo específico de la creatividad en el ámbito docente educativo radica en la comprensión de las

tareas y de los procedimientos de su solución, logrando la creatividad en los discentes y el establecimiento de ambientes que la propicien. La configuración de un escenario creativo en condiciones docentes exige poner a los estudiantes en situación de encontrar nuevas combinaciones y respuestas originales, partiendo de informaciones ya conocidas. Este propósito no se logra de manera improvisada, para su estimulación y desarrollo han de interactuar muchos factores de índole diversa; por lo tanto, demanda un pensamiento flexible, dinámico, lateral, divergente, audaz e independiente; y este tipo de pensamiento no se desarrolla espontáneamente o a libre albedrío.

Orientaciones	Habilidades
Modos de pensar	a) Creatividad e innovación b) Pensamiento crítico, resolución de problemas y situaciones sociales, toma de decisiones. c) Aprender a pensar. d) Conocimiento vs Meta-conocimiento. e) Reflexividad, razonamiento y discernimiento
Modos de trabajar	a) Trabajar en equipo b) Capacidad de comunicación c) Equipos de innovación
Instrumentos de trabajo	a) Pensamiento metafórico b) Alfabetización en la TIC c) Pensamiento inverso d) Utilizar diferentes medios para expresar ideas (pintura, música, etc.)
Aspectos de vivir en sociedad	a) Globalización b) Vida y proyección profesional c) Responsabilidad social d) Concienciación cultural e) Competitividad

Fuente: elaboración propia.

En este mismo orden, la creatividad profesional de un docente incluye la técnica en la especialidad, el contexto y el perfil de su objeto de trabajo y lo cultural; y se expresa cuando el docente logra potenciar en los estudiantes la capacidad para afrontar y solucionar problemas en el desarrollo de su actividad práctica.

La creatividad profesional del docente se manifiesta cuando encuentra nuevos procedimientos, genera ambientes creativos que propician la creación individual o colectiva en el discente, así como el desarrollo de nuevas ideas teórico-prácticas. Esta no debe ser lo excepcional, sino lo cotidiano en el contexto educativo y constituye una expresión de profesionalidad en el área específica de desempeño donde se practique. Es una garantía para el mejoramiento del rendimiento de los discentes desde las condiciones del aula. No existe creatividad docente sin expresión profesional, sin trabajador competente, sin servicio de calidad. El docente creador se replantea lo que hace diariamente, lo modifica constantemente, hasta el perfeccionamiento de su resultado final.

Aunando estas propuestas y siguiendo la propuesta del fomento de la creatividad (figura5), para alcanzar los objetivos esperados, se deben edificar el proceso educativo de la creatividad bajo un sistema de condiciones socioeducativas que favorecen la motivación profesional, el pensamiento flexible, la independencia, la responsabilidad, la perseverancia y un aprendizaje más sólido y personalizado. Esto lleva a la inclusión de los siguientes 10 puntos:

- Creación de una disposición positiva para el aprendizaje.
- Fundamentación y profesionalización del contenido.
- Integración sistemática de los componentes académico, laboral y de investigación.
- La prospección problemática de la enseñanza.
- Autorreflexión y autovaloración sistemática de los estudiantes.
- Adecuada orientación, ejecución y control de las acciones de aprendizaje.
- Posición activa y transformadora del estudiante.
- Adecuada comunicación educativa.
- Creación de un escenario que suscite el intercambio y el debate.
- Gestión y orientación del aprendizaje de los estudiantes por parte del profesor-tutor.

Como puede apreciarse son numerosos los retos que impone el desarrollo de la creatividad en el proceso docente, afrontar su proyección con coherencia implica un dominio exhaustivo del perfil de desempeño del personal docente y del conocimiento profundo de las necesidades, motivaciones, expectativas y realidades epistémicas de los discentes, así como la realidad sociocultural del entorno.

Para concluir, el proceso necesita una evaluación del proceso. Para ello, utilizamos el proceso RPPR. Es un marcador basado en Receptividad, Planificación, Producción y Respuesta (la primera letra va en mayúscula).. El estudiante recibe las orientaciones necesarias para adquirir las habilidades, las procesa y planifica. Posteriormente esas ideas se producen para finalmente dar una respuesta social. Estas etapas van a permitir

saber, si el estudiante, bien ha adquirido las capacidades necesarias para la creatividad o bien, si el estudiante con originalidad ha potenciado su creatividad.

#### **4. A modo de reflexión**

Vivimos en un periodo de cambios permanentes, donde las transformaciones del pasado prácticamente pasan desapercibidas, pero sin embargo, estas mudanzas requieren de nuevos espacios, nuevas formas y nuevos procesos educativos.

Una tendencia general en nuestra sociedad, es que los creativos son genios, son personas hechas de otra materia. Pero la realidad muestra otras verdades, tales como que la creatividad se puede educar, desarrollar, potenciar si se utilizan los instrumentos adecuados para ello.

La creatividad necesita tratarse desde un enfoque global, y no puede quedar sólo al arbitrio de analizarse y estudiarse desde un punto de vista meramente cognitivo. La perspectiva sociológica no sólo abre el estudio de la creatividad a lo social, a lo humano, sino que, será parte indispensable para lograr el cambio. Como apunta Rogers, (1996, 54) “la creatividad y el cambio son características fundamentales de la existencia humana”. Esto obliga a que la creatividad necesita abordarse desde la dimensión sociológica, macro e integral, y no desde lo individual, micro y cognitivo

Como se puede apreciar el desarrollo de la creatividad y sus múltiples escenarios en la docencia no es tarea fácil. Sin embargo, de igual modo que el reto que su proyección presupone, es ineludible la asunción decidida de su orientación formativa para garantizar niveles cualitativamente superiores de eficiencia académica, laboral y de investigación en la formación integral de los educandos; y en el perfeccionamiento constante de la labor docente en este ámbito.

Los docentes deben ser conscientes de su propio proceso docente y de involucrarse más en la importancia social de la creatividad, como uno de los ejes fundamentales en el desarrollo de la persona como individuo y como miembro de una comunidad de conocimiento. Además, la creatividad ha sido identificada como un componente clave para la supervivencia, el avance y el cambio social. Siendo así, la creatividad se transforma en una herramienta indispensable en la construcción de una sociedad abierta y constructiva.

La creatividad es ampliamente reconocida como buena para promover la innovación y el desarrollo social y económico, así como para el bienestar individual (Collar y Loonely, 2014, 348). En el plano personal, se trata del deseo de auto-expresión e identidad. Nussbaum (2011) sostiene que la dignidad humana y el progreso tienen sus raíces en las capacidades de cada individuo, incluyendo aquellos que son esenciales para la creatividad: ser capaz de utilizar los sentidos, imaginar, pensar, y la razón, y para tener las oportunidades educativas necesarias para realizar estas capacidades.

Como expone Corradini (2011, 50) “el trabajo creativo implica un sólido acto de reflexión, un trabajo precedente *de los docentes*; no es un trabajo ausente de riesgos y de agotamiento, *y en su mayoría*5 no va ligado a algo instintivo e innato. Crear, también con los niños es fruto del entrenamiento y de la dedicación”.

Muchos estudiantes manifiestan que asistir a las clases es un aburrimiento, una tortura y que no sirve para nada. Pero en igual situación encontramos a los docentes y muchos profesionales. Cuando este pensamiento es el mayoritario resulta poco atractiva la asistencia al centro de estudio o al trabajo. Y si además, asiste por obligación el problema se agudiza. Por eso se hace necesario encontrar mecanismos que los atraiga y estimule. Como manifiesta Thorne (2008, 33):

“La gente reacciona de manera positiva a estímulos educativos diferentes; pese a sus avances todavía queda mucho trabajo que hacer hasta conseguir que las organizaciones, tanto como si son centros de educación primaria como de educación secundaria y superior, o puestos de trabajo, sean lugares a los que los individuos deseen acudir de forma entusiasta”.

La creatividad por otra parte, se ha introducido en la educación como “la gran salvadora”, siguiendo a Livinstong (2010) la creatividad se ha asumido como una nueva jerga de la educación, y por lo tanto debe ser muy bueno. Sin embargo, a pesar de todo esto, es importante tener presente que la creatividad en ausencia de un objetivo meritorio, pierde eficiencia y puede tener consecuencias perversas.

A modo de cierre, la esencia del comportamiento creativo está inscrito en el cambio, en la mudanza o la transformación de algo. Por lo tanto, si el docente es consciente de la importancia de ello, y hacer del cambio, el principal objetivo, la creatividad se transformará en la herramienta más poderosa que se puede proporcionar a los estudiantes.

## **Bibliografía**

- ARMSTRONG, Thomas (2006) *Inteligencias múltiples en el aula*, Barcelona: Paidós.
- BAILIN, Sharon (1994) *Achieving extraordinary ends: An essay on Creativity*, New Jersey: Ablex publishing.
- BERNABEU, Natalia y Andy GOLDSTEIN (2008) *Creatividad y aprendizaje: el juego como herramienta pedagógica*, Madrid: Narcea.
- BLUMER, Herbert (1969) “Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection”, *The Sociological Quarterly*, 10, 34-53
- BLUMER, Herbert (1982) *El Interaccionismo Simbólico*, Barcelona: Hora.

5. La cursiva es nuestra.

- BODEN, Margaret (1994) *The creative mind. Myths and mechanism*, New York: Routledge.
- BOURDIEU, Pierre (1980) *Le Sens pratique*, Paris: Les Éditions de Minuit
- BOURDIEU, Pierre (2007) *Razones prácticas: sobre la teoría de la acción*, Barcelona: Anagrama.
- BOURDIEU, Pierre y Jean Claude PASSERON (2005) *La reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*, México: Fontamara.
- BROOKHART, Susan (2009) The many meaning of “multiple measures”, *Educational Leadership*, 67 (3), 6-12.
- BURNS, Tom R., Nora MACHADO y Ugo CORTE (2015) “The sociology of creativity: Part I: Theory: The social mechanisms of innovation and creative developments in selectivity environments”, *Human Systems Management* 34, 179–199.
- CERDÁ GUTIÉRREZ, Hector (2006) *La creatividad en la ciencia y la educación*, Bogotá: Cooperativa editorial magisterio.
- CHÁVEZ-EAKLE, Rosa Aurora (2009) “Creativity and Personality”, en Villalba, Ernesto (ed.), *Measuring Creativity*. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 117-132.
- CHÁVEZ-EAKLE, Rosa Aurora (2010) “The Relevance of Creativity in Education”, *New Horizons for Learning Journal*, 8 (1), 1-9.
- COLLARD, Paul y Janet, LOONEY (2014) “Nurturing Creativity in Education”, *European Journal of Education*, 49 (3), 348-364
- CORRADINI, Matteo (2011) *Crear: Cómo se desarrolla una mente creativa*, Madrid: Narcea.
- CSIKSZENMIHALYI, Mihaly (1998) *Creatividad. El fluir y la psicología del descubrimiento la invención*, Barcelona: Paidós.
- CSIKSZENMIHALYI, Mihaly (1999) “Implications of a systems perspective for the study of creativity”, en Sternberg, Robert Jeffrey (ed.), *Handbook of creativity*, Cambridge: Cambridge University Press, 16-34.
- DE BONO, Edward (1999) *El pensamiento creativo. El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas*, México: Paidós.
- DREYDAHL, John (1956) “Factors of importance for creativity”, *Journal of Clinical Psychology*, 21, 21-26.
- FERNÁNDEZ ENGUITA, Mariano (1986) *Trabajo, escuela e ideología: Marx y la crítica de la educación*, Madrid, Akal.
- FERNÁNDEZ ENGUITA, Mariano (2006) *Educación en tiempos inciertos*, Madrid: Morata.
- FERRANDO, Mercedes (et. al) (2007) “Estructura Interna y Baremación del Test de Pensamiento Creativo de Torrance” en *Psicothema*, 19 (3), 489-496



- GALTON, Francis (1969) *Hereditary genius: Its Law and Consequences*, London: Macmillan and Company.
- GARDNER, Howard (1987) *Estructuras de la mente: la teoría de las múltiples inteligencias*, México: Fondo de Cultura económica
- GARDNER, Howard (1995) *Mentes creativas: Una anatomía de la creatividad*, Barcelona: Paidós.
- GARDNER, Howard (2011) *Mentes líderes*, Barcelona: Paidós.
- GARDNER, Howard (2012) *Inteligencias múltiples: la teoría en la práctica*, Paidós: Barcelona,
- GETZELS, Jacobo y Philip JACKSON (1962) *Creativity and intelligence: Explorations with gifted students*, New York: Wiley.
- GOFFMAN, Erwin (2009) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires: Amorrortu.
- GOFFMAN, Erwin (1980) *Estigma: La identidad deteriorada*, Buenos Aires: Amorrortu.
- GOLEMAN, Daniel (et al.) (1993) *The Creative spirit*, New York: Plume Book.
- GORDON, William (1961) *Synectics: The Development of Creative Capacity*, New York: Harper and row Publishers.
- GUILFORD, Joy Paul (1950) "Creativity", en *American Psychologist*, 5 (9), 444-454.
- GUILFORD, Joy Paul (1980) "Some changes in the structure of intellect model", *Educational and Psychological Measurement*, 48, 1-4.
- HAMMERSHOJ, Lars Geer (2014) "Creativity in education as a question of cultivating sensuous forces", *Thinking Skills and Creativity*, 13, 168-182.
- HAUSER, Arnold (1998), *Historia social de la literatura y el arte*, Madrid: Debate.
- HERRÁN GASCÓN, Agustín de la (2009) "Contribución al concepto de creatividad: un enfoque paquidérmico (1ª parte)", *Educación y Futuro*, 21, 43-69.
- JOAS, Hans (2002) *Creatividad, acción y valores. Hacia una teoría de la contingencia*, México D. F: Biblioteca de Signos.
- KLIMENKO, Olena (2008) "La creatividad como un desafío a la educación del siglo XXI", *Educación y Educadores*, 11 (2), 191-210.
- LANDAU, Erika (1987) *El vivir creativo. Teoría y práctica de la creatividad*, Barcelona: Herder.
- LIVINGTON, Larry (2010) "Teaching Creativity in Higher Education", *Arts education policy review*, 111, 59-62.
- LÓPEZ CALVA, Martin (2005) *Pensamiento crítico y creatividad en el aula*, Mexico: Trillas.
- LOWENFELD, Viktor (1989) *El niño y su arte*, Buenos Aires: Kapeluzs.

- LOWENFELD, Viktor (1992) *Desarrollo de la capacidad creadora*, Buenos Aires: Kapeluz.
- LOWENFELD, Viktor y William LAMBERT BRITTAIN (1947) *Creative and Mental Growth*, New York: Macmillan.
- MASLOW, Abraham (1994) *La personalidad creadora*, Barcelona: Kairós,
- MILLS, Carl Wright (2000) *La imaginación sociológica*, México: FCE
- MOLELLA, Arthur (2002) "Science Moderne: Sigfried Giedion's Space, Time and Architecture and Mechanization Takes Command," *Technology and Culture*, 43, 384-399.
- OSBORN, Alex (1963) *Your creative potential*, New York: Charles Scribner's Sons.
- PARNES, Sidney (1967) *Creative Behaviour Guidebook*, New York: Charles Scribner's Sons.
- PASCALE, Pablo (2005) "¿Dónde está la creatividad? Una aproximación al modelo de sistemas de Mihaly Csikszentmihalyi", *Arte. Individuo y Sociedad*, 17, 61-84.
- PEIRCE, Charles Sanders (1931) *Collected Papers*, vols. 1-8, C. Hartshorne, P. Weiss y A. W. Burks (eds), Harvard University Press, Cambridge, MA. Electronic Edition de J. Deely, Charlottesville, VA: InteLex, 323-330.
- POPPER, Karl Raymond (1982) *Conocimiento objetivo: un enfoque evolucionista*, Madrid: Tecnos.
- ROGERS, Carl (1996) *Libertad y creatividad en la educación*. Barcelona: Paidós
- SANDRI ORANA, Jade (2013) "Exploring the role and value of creativity in education for sustainability", *Environmental Education Research*, 19 (6), 765-778,
- SHAPIRA, Oren y Nira LIBERMAN (2012) "An Easy Way to Increase Creativity", *Scientific America*, 15, 8-15
- SISK, Dorothy (2014) "Optimizing creativity", *Gifted Education International*, 30 (2), 148-159
- SIMMEL, George (2001) *El individuo y la libertad*, Barcelona: Península
- STERNBERG, Robert. J. y John. C. KAUFMAN (2010) „Constraints on creativity: obvious and not so obvious”, John C. Kaufman & Robert J. Sternberg (eds) *The Cambridge Handbook of Creativity*. Cambridge, New York, Cambridge University Press, 467-482.
- STERNBERG, Robert Jeffrey (1999) *Handbook of Intelligence*, Cambridge: Cambridge University Press.
- STERNBERG, Robert Jeffrey y Todd LUBART (1992) "The creative mind", *Tijdschrift voor de Psychologie (Dutch Journal of Psychology)*, 47, 288-300.
- TAYLOR Alfred Edward (1901) *The Problem of Conduct: Study in the Phenomenology of Ethics*, New York: Macmillan.

- TAYLOR, Calvin Walker (1964) *Creativity: Progress and Potential*, New York: McGraw Hill
- THORNE, Kaye (2008) *Motivación y creatividad en clase*, Barcelona: Grao
- TORRANCE, Ellis Paul (1977) *Educación y capacidad creativa*, Madrid: Marova,
- TORRANCE, Ellis Paul y Roberts Myers (1996) *La enseñanza creativa*, Madrid: Santillana,
- TORRANCE, Ellis Paul (2003) *Orientación del talento creativo*, Buenos Aires: Troquel,
- TORRE, Saturnino de la (2003) *Dialogando con la creatividad*, Barcelona: Octaedro.
- TORRE, Saturnino de la (2006) “Teoría interactiva y psicosocial de la creatividad”, en Torre, de la, Saturnino y Verónica Violant (coord.), *Comprender y evaluar la creatividad*, Málaga: Aljibe, 33-72
- TORRE, Saturnino de la (2008) *Creatividad aplicada*, Rio de la Plata: Magisterio del Río de la Plata.
- TORRE, Saturnino de la (2009) “Adversidad creadora: Teoría y práctica del rescate de potenciales latentes”, *Revista Encuentros Multidisciplinares*, 31, 6-20.
- TORRE, Saturnino de la y María Cándida MORAES (2006) “Investigar en creatividad bajo el pensamiento complejo”, Saturnino Torre de la, y Verónica Violant, (coords.), *Comprender y evaluar la creatividad*, vol. II, Málaga: Aljibe, 33-72.
- VEBLEN, Thorstein (1974) *Teoría de la clase ociosa*, México: FCE.
- WREEN, Michael (2015) “Creativity”, *Philosophia*, 43, 891–913.