



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N°14 – ENERO DE 2009

## “LA PERSONALIDAD Y LA CREATIVIDAD. SU IMPORTANCIA EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE”

AUTORIA <b>ILDEFONSO RAMÍREZ CARMONA</b>
TEMÁTICA <b>PSICOLOGÍA</b>
ETAPA <b>EP</b>

### Resumen

Varios son los factores interpersonales que intervienen en el proceso de enseñanza y aprendizaje del individuo. Entre ellos nos encontramos con la personalidad y la creatividad.

La personalidad y la creatividad son propiedades o características de los sujetos humanos. Han representado, para los psicólogos y educadores, una característica de los individuos que permitía explicar muchos fenómenos de la variabilidad en el rendimiento que no encontraban justificación fácil en la inteligencia.

### Palabras clave

Investigaciones  
Relacionarse  
Inteligencia  
Interacción  
Capacidad  
Razonamiento  
Categoría  
Entorno  
Proceso  
Habilidad



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N°14 – ENERO DE 2009

## 1. PENSAMIENTO

### 1.1. Concepto de pensamiento.

No nos relacionamos únicamente con los objetos que nos rodean, con nuestro mundo “externo”, como lo hacemos cuando percibimos. También estamos constantemente estableciendo relaciones entre nosotros y nuestro mundo “interno”. Nos sentimos curiosos respecto a algo, resolvemos problemas, tenemos alguna idea repentina que tratamos de mejorar... No importa mucho si denominamos a este proceso general: pensamiento, ideación, razonamiento, resolución de problemas, imaginación o conocimiento. La cuestión es que relacionamos, en cierta forma, el “algo” que nos interesa con alguna otra cosa. Tratamos de categorizar ese “algo”, ya sea incluyéndolo dentro de alguna categoría establecida, ya sea inventando una nueva.

### 1.2. El proceso de pensar.

Nos referimos a este concepto cuando decimos “pienso”, “yo creo”, “yo sé”, “yo me imagino”, “recuerdo que”, etc. Pero aunque el proceso pueda señalarse en esta forma, tendremos dificultades al definir el “pensamiento”. Los filósofos nos dan reglas para pensar, como las reglas de la Lógica, pero no comentan el pensamiento de manera que nos permita comprender lo que es. Aparentemente, los procesos del pensamiento son tan comunes al hombre, constituyen una parte íntima de él y de su funcionamiento y están tan obviamente de acuerdo a los requerimientos de su actuación, que ha descuidado su descripción. Cada cual presume que si piensa, obviamente todos pensamos también. Los psicólogos, aunque han estado experimentando y teorizando respecto al pensamiento por lo menos durante setenta años, todavía no pueden proporcionar un cuadro sistemático del proceso.

### 1.3. La naturaleza del pensamiento.

Una manera de aproximarse a la comprensión del pensamiento es intentar definirlo. Lin Yutang, el filósofo contemporáneo del sentido común, ha dicho: “la inteligencia del hombre empieza por interrogar al universo, explorar sus secretos y encontrar su significado”. Aquí ya tenemos una idea de lo que es este proceso de establecer relaciones entre nosotros y nuestro mundo “interno”, de lo que es el proceso de pensar. Es la respuesta a una interrogante. Bueno, pero ¿qué tipo de interrogante? Si el lector fuera ama de casa, probablemente pensaría en lo que iba a cocinar. Si fuera un hombre de negocios pensaría en cómo aumentar sus ganancias y si fuera un estudiante, podría pensar en cómo completar sus tareas escolares. Pero existen unas situaciones interrogantes que todos tendemos a encontrar en algunas ocasiones.

Von Neuman y Morgenstern, un matemático y un economista de Princeton, caracterizaron a los juegos como situaciones que exhiben un mínimax. Este es un término que se refiere a las características de una matriz de elecciones. Con cada “jugada”, hay asociado un cierto riesgo y cierto beneficio. Si realizamos algunas jugadas podemos ganar mucho, pero también tenemos grandes



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N°14 – ENERO DE 2009

riesgos. Algunos movimientos darán el balance más seguro entre ganancia y riesgo. Esta es la jugada que disminuye el riesgo e incrementa la ganancia. El estudiante juega así con sus grados. Algunos estudian poco y esperan tener “suerte” en el examen. Otros estudiantes realizan la jugada mínimax. Se preparan diligentemente y, en consecuencia, llevan poco riesgo y pueden ganar mucho. Para el primer grupo de estudiantes, la curva del riesgo es alta y también lo es la del beneficio. Para el segundo grupo de estudiantes, la curva del riesgo es poco pronunciada, mientras la de los beneficios, relativa a la curva del riesgo, es alta.

Al tomar el tópico de los juegos como un punto de referencia, podemos llegar a una definición del concepto de pensamiento. Las consecuencias de la conducta en una situación de juego no se predicen inmediatamente cuando percibimos. Si así fuera, la situación no sería más un juego o un acertijo. Sin embargo, si la situación incluye algo que constituya un juego o un acertijo, entonces pensamos. Pensamos en lo que debemos hacer para completar la situación y en cómo podemos completar la situación. El *que* y el *cómo* parecen constituir los términos críticos al describir el proceso de pensar. Otra cosa importante que debemos mencionar es que el *qué* y el *cómo* se refieren siempre a *uno*. Nuestro pensamiento no se refiere a algo que está comúnmente “ahí afuera” y con lo cual nos hemos relacionado como se refiere la percepción, sino se refiere a algo “aquí dentro”, a nuestro propio funcionamiento, a nuestros esfuerzos cotidianos para relacionar varias huellas. Así, podríamos definir el pensamiento como el proceso que ocurre cuando nuestra situación presente está incompleta en un nivel perceptual e intentamos completarla estableciendo relaciones entre las huellas “internas” de nuestro funcionamiento previo.

Estas relaciones entre las huellas tienden a caer dentro de dos categorías:

- a) Relaciones prediciendo cuáles serán las consecuencias de la acción, y que podrían denominarse *metas*, y
- b) Relaciones indicando cómo pueden lograrse esas metas, y que podrían denominarse *estrategias*. En esta forma, el pensamiento es el proceso por el cual nos fijamos metas y planeamos estrategias como consecuencia de establecer relaciones entre huellas.

#### 1.4. Los conceptos.

Para pensar en los innumerables episodios, objetos y personas de nuestro mundo, simplificamos las cosas, las organizamos en agrupaciones mentales llamados conceptos.

El concepto de silla, resume una diversidad de ítem: la silla del bebe, las sillas con brazos o sillón, las sillas plegables.

Imaginemos la vida sin conceptos. Necesitaríamos un nombre distinto para cada objeto y cada idea. Los conceptos suministran mucha información con un mínimo esfuerzo cognoscitivo. Por eso los conceptos son los ingredientes que permiten construir el pensamiento.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N°14 – ENERO DE 2009

Para simplificar todavía más las cosas, los primeros naturalistas simplificaban y ordenaban la abrumadora complejidad de alrededor de 5 millones de especies vivientes agrupándolas en dos categorías fundamentales: el reino vegetal y el reino animal. Después, dividían estas categorías en subcategorías más y más pequeñas.

El ansia de clasificar el mundo refleja nuestra tendencia humana a ordenar el ambiente de acuerdo con jerarquías de conceptos. Este proceso facilita la eficacia cognoscitiva.

Elaboramos algunos conceptos por vía de definición. Si nos dice que un triángulo tiene tres lados, después clasificamos como triángulos todas las formas geométricas trilaterales. Es más frecuente que elaboremos nuestros conceptos desarrollando prototipos: el mejor ejemplo de determinada categoría. Cuanto más se corresponden los objetos con nuestro prototipo de un concepto, más prontamente los reconocemos como ejemplos del concepto.

Un petirrojo y un ganso satisfacen ambos nuestra regla correspondiente al concepto al concepto de ave. Sin embargo, la gente sintoniza antes con el enunciado “Un petirrojo es un ave” que con el enunciado “Un ganso es un ave”. Esta forma rápida y fácil de decidir qué es lo que pertenece a un concepto específico no es tan lógico como el método determinado por las reglas, pero es más eficaz.

Si algo no se ajusta a nuestro prototipo, es posible que nos veamos en dificultades para clasificarlo. Así, podemos ser lentos a la hora de identificar como aves a los pingüinos y los kiwis, que no vuelan. Somos mucho más rápidos en percibir una enfermedad si nuestros síntomas coinciden con uno de nuestros prototipos de las enfermedades. Por consiguiente, si los síntomas de un ataque cardíaco no encajan exactamente en el prototipo que uno tiene se reacciona lentamente a la hora de buscar ayuda.

### 3.5. Toma de decisiones y formulación de juicios.

Cuando todos los días formulamos centenares de juicios y adoptamos decisiones, rara vez dedicamos tiempo y esfuerzo a razonar sistemáticamente. Generalmente nos atenemos a nuestra intuición.

**Usos y abusos de la heurística:** Esos atajos mentales a los que denominamos heurística nos ayudan a menudo a formular juicios intuitivos razonables. Pero el precio que pagamos por su eficacia puede ser a veces la costosa formulación de juicios equivocados. El modo en que la heurística determina nuestros juicios intuitivos y cómo pueden desviarnos del buen camino, se lleva a cabo considerando dos heurísticas identificadas por los psicólogos del conocimiento Amos Tversky y Daniel Kahneman: la representatividad y la disponibilidad.

**La heurística de la representatividad.** Juzgar la probabilidad de las cosas con relación a la eficacia con la que representan determinados prototipos implica utilizar la heurística de la representatividad.

El poder de la heurística de la representatividad aparece ilustrado en la “falacia de la conjunción” (Tversky y Kahneman, 1983). Estos investigadores dijeron a un grupo de estudiantes



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N°14 – ENERO DE 2009

universitarios que “Bill tenía 34 años. Es inteligente, pero carece de imaginación, se muestra compulsivo y en general pasivo. En la escuela era bueno en matemáticas, pero débil en estudios sociales y humanidades” Sobre la base de esta descripción, los estudiantes consideraron que había escasas probabilidades de que “Bill toque el jazz como afición”. Pero el 87% creyó que había más posibilidades de que “Bill sea un contable que toca el jazz como afición”. Si están de acuerdo, piense en esto: ¿Hay más posibilidades de que Bill toque jazz y a la vez sea contable que de que sólo toque el jazz?

Estos ejemplos apuntan todos al poder de la heurística de la representatividad. Para juzgar la probabilidad de algo, intuitivamente lo comparamos con nuestra representación mental de esa categoría.

**La heurística de la disponibilidad.** Se manifiesta cuando basamos nuestros juicios en la disponibilidad de información en nuestros recuerdos. Si los ejemplos de un hecho están al alcance de la mano, si nos vienen fácilmente a la memoria, suponemos que esos hechos son comunes. Generalmente es así, pero no siempre. Para comprobarlo formulemos una conjetura: ¿la letra *k* aparece con más frecuencia como primera o como tercera letra en las palabras inglesas?

Como las palabras que comienzan con *k* vienen a la mente más fácilmente que las palabras que tienen la *k* como tercera letra, la mayoría de la gente cree que la *k* aparece con más frecuencia como primera letra. En realidad, la probabilidad de que la *k* aparezca como tercera letra es tres veces mayor.

Los errores de juicio influidos por la heurística de la disponibilidad son inofensivos a menudo, pero no siempre. Muchas decisiones importantes implican juicios de riesgo. Que prefiramos utilizar la energía nuclear o el carbón para producir energía depende en parte de nuestros juicios acerca de los riesgos para la salud y el ambiente.

Nuestros esfuerzos para impedir diferentes enfermedades mortales dependen de nuestros juicios acerca de la probabilidad de que se manifiesten. Nuestra decisión de gastar o no gastar dinero en las loterías oficiales depende de nuestra intuición acerca de las posibilidades de enriquecernos. La heurística de la disponibilidad también afecta a nuestros juicios sociales

**Exceso de confianza.** Nuestro uso de la heurística intuitiva cuando elaboramos juicios, nuestra ansiedad por confirmar las creencias que tenemos, y nuestra facilidad para explicar los fracasos se combinan y determinan el exceso de confianza, es decir la tendencia a sobrestimar la exactitud de nuestro conocimiento y nuestros juicios.

Kahneman y Tversky pidieron a distintas personas que calcularan las respuestas a preguntas basadas sobre hechos reales, de tal modo que las respuestas abarcasen una gama tan amplia que con seguridad incluían la verdadera respuesta. Por ejemplo, “tengo una seguridad del 98% respecto de que el número de plantas de energía nuclear que funcionaban en el mundo en 1980 era superior\_\_\_\_\_ pero inferior a\_\_\_\_\_”. Casi un tercio de las veces los cálculos de la gente realizados con una confianza del 98% no atinaron a incluir la respuesta acertada. Aunque se sentía muy segura de ella misma, la gente a menudo se equivocaba.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº14 – ENERO DE 2009

Como sucede con otras limitaciones cognoscitivas, el exceso de confianza tiene un valor adaptativo. La incapacidad para apreciar nuestro potencial de error cuando formulamos juicios militares, económicos o políticos puede tener consecuencias devastadoras; pero lo mismo puede decirse de la *falta* de confianza en uno mismo. La gente que yerra por exceso de confianza vive más feliz y se muestra más dispuesta a adoptar decisiones difíciles. Más aun, cuando se les suministra retroacción pronta y clara acerca de la exactitud de sus juicios, la gente pronto aprende a evaluar de un modo más realista su propia exactitud. La sabiduría que nos permite advertir cuándo conocemos una cosa y cuándo no la conocemos se origina en la experiencia.

**Contexto de las decisiones.** Otro test de la racionalidad consiste en determinar si la misma cuestión, presentada de dos modos distintos pero equivalentes desde un punto de vista lógico, origina la misma respuesta. Por ejemplo, si un cirujano dice a alguien que el 10% muere durante una determinada intervención quirúrgica, o que sobrevive el 90%, la información es la misma, pero el efecto no. El riesgo parece mayor en el caso de las personas que oyen que el 10% morirá. Este efecto del modo en que presentamos una cuestión recibe el nombre de efecto del **contexto**.

## 1.6. Predisposición de las creencias.

Hemos visto qué parte de la nueva conceptualización de la psicología acerca del pensamiento destaca que somos personas inclinadas a mostrar predisposiciones, desde la búsqueda de confirmación para nuestras intuiciones, a la tendencia a depender de la heurística, eficiente pero fiable, y al exceso de confianza y los efectos de la formulación. ¿Podemos evitar mediante la lógica implacable la predisposición determinada por nuestras creencias?

La lógica ayuda, pero nos sigue pareciendo más fácil aceptar aquellas conclusiones que coinciden con nuestras opiniones. Consideremos esta argumentación lógica:

Premisa 1: La gente que cree en la democracia cree en la libertad de expresión.

Premisa 2: Los dictadores no creen en la democracia.

Conclusión: Los dictadores no creen en la libertad de expresión.

Si esta conclusión parece lógica, el lector está sufriendo la predisposición de la creencia: la tendencia de nuestras creencias a deformar el razonamiento lógico.

El fenómeno de la perseverancia de la creencia. Otra fuente de irracionalidad es nuestra tendencia, denominada perseverancia de la creencia, a aferrarnos a nuestros conceptos a pesar de las pruebas en contra. La perseverancia en la creencia a menudo alimenta el conflicto social.

En el caso de los que desean controlar el fenómeno de la perseverancia de la creencia, existe un remedio sencillo: *considerar lo contrario*.

Paradójicamente, cuanto más apreciamos las razones por las cuales nuestras creencias *podrían* ser ciertas, con más firmeza nos aferramos a ellas. Una vez que la gente se ha explicado a sí misma



**ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N°14 – ENERO DE 2009**

por qué cree que un niño está “dotado” o “está incapacitado para aprender”, o que las mujeres son naturalmente superiores o inferiores, se tiende a ignorar la prueba contraria a ese concepto.

La perseverancia en las creencias se aplica incluso a los conceptos que afirmamos acerca de nosotros mismos. Lepper y Ross hallaron este rasgo después de mostrar a estudiantes secundarios un film educacional eficaz o confuso. Cada film enseñaba a resolver ciertos problemas de razonamiento. Los que vieron el film eficaz rindieron bien en un test posterior, sintieron que tenían éxito y supusieron que eran eficaces en ese tipo de resolución de problemas. Los que vieron el film inútil rindieron mal, se consideraron fracasados, y supusieron que no eran competentes en este tipo de problemas.

Y eso, afirman los investigadores, contribuye a explicar por qué los fracasos iniciales en la escuela pueden ser tan perjudiciales. Incluso la demostración clara a los niños de que su mediocre desempeño escolar “bien puede haber sido la consecuencia de un docente inepto o prejuicioso, de una escuela de nivel inferior, o incluso de las anteriores desventajas sociales, culturales o económicas”, tal vez no consiga compensar sus sentimientos de incompetencia. Una vez que se forma la creencia de que “yo no soy muy inteligente”, tiende a perdurar.

El fenómeno de la perseverancia de las creencias no excluye que la gente modifique sus creencias. Sucede sencillamente que una vez que se forman las creencias y que se las justifica, se requieren pruebas más determinantes para modificarlas que las que se necesitaron para crearlas.

### **3.7. El pensamiento como función somatopsíquica.**

El pensamiento no actúa por sí mismo. No es sólo una manipulación de huellas basadas en la percepción, sino parte integrante de todo nuestro funcionamiento somatopsíquico. Las metas y las estrategias que pensamos son predicciones que hacemos respecto a las consecuencias de la conducta. Este proceso es un fluir de un estado psicológico a otro, así como las predicciones perceptuales son un fluir de un estado psicológico a otro. Las predicciones del pensamiento difieren de las predicciones perceptivas únicamente en las condiciones bajo las cuales ocurren. Cuando el registro de atributos y localizaciones ocurren inmediatamente en una predicción, no hay pensamiento, sino solamente percepción. Sin embargo, no tenemos cualesquiera predicciones listas para ser empleadas: si tenemos que imaginar la conducta a seguir y cuáles serán las consecuencias de esa conducta, entonces estaremos pensando, nuestras predicciones serán resultado del pensamiento. El pensamiento no es un proceso separado de la percepción o de la motivación. Es un aspecto identificable de nuestro funcionamiento somatopsíquico total, así como la percepción y la motivación son también aspectos identificables de este funcionamiento. El pensamiento está inexorablemente atado a la percepción y a la motivación.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N°14 – ENERO DE 2009

## 2. CREATIVIDAD

### 2.1. Concepto, definición y dominios

Ross Money, un especialista en este fenómeno, indicaba: “el problema de la comprensión de la creatividad, depende de cuatro diferentes facetas de la misma en la que la persona puede estar implicada de forma distinta”. La creatividad hace referencia a varias facetas. Para Mooney éstas son:

- El entorno en el cual surge o se observa la creatividad (situación creativa). Este aspecto de la creatividad tiene un especial interés para el desarrollo de programas de mejora y desarrollo de la creatividad en escuelas u otro tipo de centros. Se basa, en que en ciertos elementos de la situación combinados pueden facilitar la expresión creativa mientras que otros la inhiben.
- El producto de la creación (producto de la creatividad), que tanto puede ser un objeto, como una idea, una teoría o distintas soluciones a un problema. Para poder juzgar el producto creativo los criterios, son los que aportan los “expertos” o “especialistas” y no existe un único e infalible criterio que nos diga si un producto es creativo y en qué grado.
- El proceso de creación (la creatividad como proceso). Se considera que la creatividad juega un papel importante en la solución de problemas, a veces casi superior al papel de la inteligencia.
- La persona creativa, es decir, las características psicológicas que hacen de una persona creativa en términos absolutos o relativos.

Torrance considera que para una aproximación científica a la creatividad es necesario tener una definición suficientemente aceptable que permita modelizar científicamente este fenómeno.

Torrance opta por definir la creatividad en términos de los procesos psicológicos implicados y describe el pensamiento creativo como el proceso de percatarse de dificultades, problemas, ausencias de información, etc.

Varios términos guardan una estrecha relación con el de creatividad y éstos son: el Talento, la Genialidad, el Prodigio y la Superdotación.

“La creatividad es la capacidad de la persona para producir nuevas y originales ideas, descubrimientos, reestructuraciones, etc. Tanto la originalidad como la “utilidad” o “valor”, son propiedades del producto creativo a pesar de que estas propiedades puedan variar con el paso del tiempo” (P.F. Vernon, 1989).

R.J. Sternber, para analizar la teoría implícita de la inteligencia, analizó la creatividad. En este trabajo intentó justificar la opinión o creencias de las personas legas acerca de la creatividad. Se trataba de ver el grado de distinción que las personas de la calle hacían sobre tres términos. Se trataba de los términos “inteligencia”, “sabiduría” y “creatividad”.

Propiedades de los individuos creativos:

*Ausencia de convencionalismos (tener el espíritu libre)*



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N°14 – ENERO DE 2009

*Integración* (ser capaz de poner en común ideas dispares o teorías no relacionadas)

*Gusto estético e imaginación* (escribir, componer música, pintar, etc.)

*Flexibilidad y Decisión* (ser capaz de tomar decisiones después de evaluar pros y contras)

*Perspicacia* (saber estar)

*Motivación e interés por el reconocimiento de los demás* (tener interés en que los demás te consideren)

¿Es el sujeto creativo o es creativo el producto de la actividad específica de cualquier sujeto? Ausubel, mantiene que este error va más allá de una confusión semántica para alcanzar unas consecuencias teóricas importantes. Las causas de este error hay que buscarlas en la dificultad de distinguir entre “creatividad, como una capacidad muy particular que se manifiesta en una determinada área o ámbito de tareas, y la creatividad como una constelación general de aptitudes, rasgos temperamentales y habilidades de resolución de problemas”.

## 2.2. Evaluación de la creatividad

La evaluación de la creatividad tiene ciertos elementos peculiares derivados de las propias características del fenómeno.

La sociedad determina lo que puede recibir el calificativo de creativo de muy diferentes maneras y que en última instancia se limita a ser juicios de “expertos”. En general, y trascendiendo la importancia social de los juicios de los expertos, parece que hay un consenso en admitir que para identificar una actividad como creativa tiene que cumplir al menos tres propiedades: ser original o novedoso, ser útil o interesante y reflejar la huella o marca de su creador.

Este ejercicio nos dará idea de cual es el fenómeno al que hace referencia la creatividad. En este ámbito psicológico las diferencias individuales son más que notables y, nos interesamos por describir estas diferencias en base a un conjunto de elementos como son la situación, el aprendizaje, el azar, la maestría y cualquier combinación de todos ellos.

El estudio empírico de la creatividad, se ha dividido al considerarla como un “rasgo” o como un “tipo”. En el primer caso, se analizan un tipo de muestras compuestas por sujetos “normales”, es decir, personas que no destacan. El otro tipo de muestra lo constituyen los sujetos “eminentes”, es decir, personas que destacan. Una gran parte de los estudios más clásicos de la creatividad se han hecho analizando, desde un punto de vista psicológico, la personalidad y la obra de creadores famosos. Esta última consideración ha facilitado la idea de que los “creadores” pueden ser “genios”.

La creatividad, el estudio psicológico de la misma, ha seguido dos distintos caminos. El primero, considera la creatividad como una disposición común a todos los individuos muy cercana a la



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N°14 – ENERO DE 2009

inteligencia y vinculada al rendimiento cognitivo. La segunda, considera la creatividad como el resultado de la actuación combinada de las aptitudes y rasgos de temperamento, carácter y motivación.

La evaluación de las diferencias individuales en creatividad, comparte muchas propiedades con la evaluación de otras características psicológicas como es el caso de la inteligencia. Los modos de evaluar la creatividad son muy diversos pero en la tradición diferencialista destacan tres: a) los tests de tipo Guilford; b) los diseñados por Torrance y otros, y c) los cuestionarios o los autoinformes de personalidad.

La cualidad principal de las respuestas creativas es la espontaneidad, y los test deben elicitar respuestas espontáneas y poco dirigidas por la propia pregunta o elementos del ítem.

Para determinar que una persona es más o menos creativa, los tipos de test son los anteriormente dichos.

### **2.3. Aproximación factorial a la creatividad**

Existen autores que defienden relaciones específicas entre actitudes intelectuales y creatividad. Entre las mejor conocidas están las propuestas por Guilford que relacionan el pensamiento divergente con la creatividad. En el modelo del intelecto de Guilford y en la dimensión “operaciones”, se identificaban las siguientes: evaluación, producción convergente, producción divergente, memoria y cognición. La producción divergente, denominada a veces pensamiento divergente, consiste en una operación por medio de la cual a partir de una información concreta, el sujeto es capaz de generar múltiples informaciones relacionadas.

El primero es la fluidez, el segundo la flexibilidad y el tercero la originalidad. Estos rasgos se fueron identificando mediante análisis factoriales y más adelante se integraron en la teoría de la Estructura del Intelecto de Guilford como propiedades específicas de la llamada “Producción divergente” que desde entonces, se ha convertido en un referente permanente de la creatividad cuando no en su naturaleza.

La Fluidez, consiste en el grado de continuidad de producción de asociaciones. Se aplica a múltiples tipos de contenidos: visual, auditivo, semántico, relaciones, sistemas.

Una premisa importante es que la creatividad es una parte de la inteligencia en tanto que se considera basada en la producción divergente.

### **2.4. Creatividad, inteligencia y personalidad**

La creatividad se relaciona con la inteligencia y con la intrincada red de determinantes temperamentales actitudinales y motivacionales que configuran la personalidad humana.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N°14 – ENERO DE 2009

La actualidad acerca de la relaciones entre creatividad e inteligencia se sitúa entre dos posturas. Por una parte, están los defensores de que la creatividad tiene una estrecha relación con la inteligencia, hasta tal punto que, para poder realizar una obra creativa se a de disponer de un nivel intelectual elevado. Por otra parte están los que sugieren que la inteligencia y la creatividad son aptitudes independientes. Se conocen dos teorías acerca del porqué de las relaciones entre inteligencia y creatividad. La primera, denominada “teoría del umbral” asegura que el CI de los individuos funciona como un umbral en relación con la creatividad la segunda se denomina “teoría de la certificación”, no existe ninguna relación “natural” entre creatividad e inteligencia.

La conducta creativa es el resultado de una compleja interacción persona-situación en la que también influyen los aspectos históricos-biográficos del individuo que emite esta conducta. Dentro de la persona tanto los recursos cognitivos como los no-cognitivos influyen en la conducta creativa.

El estudio más reciente sobre la relaciones entre creatividad y trastorno mental a sido el realizado por Felix Post (1994), aplico los criterios actuales de diagnostico psiquiátrico a personajes famosos de la historia y destacados por sus aportaciones.

Las personas creativas se describen a sí misma como personas ambiciosas, curiosas y entusiastas. Los individuos calificados como creativos se describen ellos mismos como: activos, ambiciosos, ansiosos, listos, etc.

## 2.5. La genialidad y la creatividad

A los estudiosos de la genialidad y la creatividad, les pasa como a los geólogos y meteorólogos que se dedican a investigar los tornados y ciclones o erupciones volcánicas que son fenómenos importantes pero escasos e imprevisibles.

La creatividad entendida como rasgo está identificada con la tendencia a la originalidad. La originalidad de un producto, por si sola no es suficiente para garantizar la creatividad. Por ejemplo, un psicótico es posible que tenga ideas originales pero es casi seguro que no serán creativas por la falta de relevancia que muy probablemente presentara.

Eysenck afirma que la creatividad puede medirse y se muestra como una condición necesaria pero no suficiente de la genialidad y el rendimiento excepcional.

La sobreinclusión es una propiedad del pensamiento que puede medirse y que se explica por la ausencia de un mecanismo adaptativo de inhibición, que es la llamada inhibición cognitiva.

### Autoría

- 
- Ildfonso Ramírez Carmona
  - C.E.I.P: SAN MIGUEL, Nogueros (Jaén)
  - E-MAIL: poncho833@hotmail.com