

# CREATIVIDAD: ¿QUÉ ES Y CÓMO ESTIMULARLA?

Eduardo Llanos Melussa

La creatividad equivale a un continente mental semidescubierto –y no del todo conquistado–, del cual este texto pretende ser un mapa provisional. El escrito original fue hecho a petición de la revista *Creces*, que lo publicó (Santiago, abril de 1988, pp. 6-14). Con algunas variantes, fue republicado un par de veces; ahora lo ofrezco en una versión ligeramente ampliada.

## 1) CREATIVIDAD, INTELIGENCIA Y TIPOS DE PENSAMIENTO

Hasta mediados de nuestro siglo, las investigaciones en torno a las capacidades intelectuales giraban casi exclusivamente en torno a ciertas habilidades cognitivas reputadas como nucleares: la capacidad de abstracción, de conceptualización y de comprensión, el razonamiento y el pensamiento crítico o evaluativo. Dado el imperativo metodológico de simplificar y uniformar tanto la aplicación de los tests como la evaluación de los resultados, la psicometría del intelecto había ido restringiéndose a cierta modalidad de problemas: fueran ellos verbales o no verbales (numéricos, espaciales, manuales), siempre o casi siempre tenían una solución única. Descubrir, por ejemplo, qué pieza completaría un rompecabezas, qué cifra está omitida en determinada serie o cuál es la secuencia lógica en que deberían ordenarse ciertas acciones o algunos dibujos, es un acto de *pensamiento convergente*. En efecto, todas las tareas mencionadas como ejemplos presuponen una sola posibilidad de respuesta correcta. Sin embargo, y sin desconocer la validez que tales problemas puedan tener como estímulos para evaluar el grado y la eficacia del raciocinio, es un hecho que en nuestras vidas enfrentamos cotidianamente problemas susceptibles de múltiples soluciones diferentes. ¿Qué hacer hoy al almuerzo? ¿Cómo herosear o hacer más grata esta habitación? ¿Cómo aprovechar mejor un espacio físico o un dinero extra? ¿Qué medidas tomar para incrementar la eficacia de tal o cual labor, nuestra o ajena? ¿De qué modo y en qué orden exponer nuestras ideas o planificar un conjunto de actividades laborales o de recreación? En la medida en que esta clase de problemas tiene más de una solución, constituye una demanda para el *pensamiento divergente*.

Así, pues, si asumimos ambos tipos de pensamiento como extremos de un continuo, deberemos entender que la creatividad está claramente inclinada hacia el polo del *pensamiento divergente*, mientras que el razonamiento y la inteligencia convencional se sitúan más bien en el polo del *pensamiento convergente*. Con todo, los términos "pensamiento creativo" y "pensamiento divergente" no son sinónimos, pues el proceso creador no se opone a la lógica y al razonamiento convergente, sino que a menudo se complementa con ellos. Por otra parte, durante el proceso creativo la persona puede recurrir también a una tercera clase de pensamiento: la evaluación o pensamiento crítico. Se suele requerir esta tercera modalidad del pensar en las fases finales de abordaje de un problema, a la hora de seleccionar las alternativas de solución o de

reacción; sin embargo, el pensamiento crítico es a menudo necesario mucho antes, pues un primer abordaje del problema casi siempre nos revela que éste está mal planteado y que necesita una redefinición. De hecho, muchas soluciones genuinamente originales sólo han sido posibles después de reformular o redefinir el problema.

Por lo demás, la capacidad creadora supone generar realidades nuevas y no sólo imaginarlas. De ese modo, rebasa con mucho la dimensión casi exclusivamente cognitiva en que hasta ahora hemos venido situando nuestra explicación. Ya es hora de aclarar que, en la práctica, la creatividad afina sus raíces más profundas en aspectos caracteriales y volitivos, los que además interactúan de modos muy complejos con el contexto y las circunstancias. Así como a veces "la necesidad aguza el ingenio" o al menos lo desafía, otras veces el ambiente inhibe y hasta reprime la innovación. En esa interacción entre el individuo y el entorno gravitan de modo muy determinante la fuerza yoica, lo que Sternberg llama inteligencia práctica, la así llamada inteligencia emocional (concepto cuya genealogía teórica se remonta a una data muy anterior al libro homónimo de Goleman), la asertividad y ciertas habilidades comunicacionales para exponer o proponer las ideas nuevas (que muy probablemente no encontrarán acogida inmediata ni masiva).

## 2) CRITERIOS PARA DEFINIR LA CREATIVIDAD

Así concebida, la creatividad resulta ser un fenómeno complejo, pues por un lado sería una forma especial de productividad intelectual (que se expresa en soluciones o combinaciones nuevas), mientras que, por otro lado, sería casi una dimensión del carácter. En cualquier caso, estamos frente a una facultad que, como la gran mayoría de las características y aptitudes psíquicas, se distribuye normalmente en la población; es decir, se trata de un continuo, entre cuyos polos "máximo" y "mínimo" se ubican todos los seres humanos. La capacidad creadora no tiene, pues, un cero absoluto: hasta la persona menos creativa del planeta posee en algún grado la facultad de producir reacciones nuevas para él; del mismo modo, incluso los sujetos ya muy creativo podrían seguir desarrollando y enriqueciendo su talento.

Ahora bien, el criterio de la *novedad* no implica necesariamente que la respuesta o el producto deban ser inéditos en la historia de la humanidad; basta con que sean nuevos para el sujeto. Si un aborígen de una tribu aislada creara por sí mismo un alfabeto o un procedimiento para prolongar la vida útil de los alimentos perecibles, tal aborígen debería ser considerado muy creativo, sin importar que sus creaciones estén por debajo de los refinamientos que la humanidad ha alcanzado en esas mismas áreas (la computación, la refrigeración, etc.)

Aparte del requisito de *novedad*, el producto debe satisfacer el criterio de la *utilidad*, en el sentido de que la sociedad debe valorarlo positivamente y reconocerlo como un aporte. El lector habrá ya advertido la dificultad que este criterio implica. ¿Cómo se pronuncia esa abstracción llamada "sociedad"? En las artes y en la literatura, por ejemplo, abundan los casos de reconocimientos tardíos. Por lo demás, el requisito de la utilidad no puede aplicarse literalmente: como plantea Heidegger (*El origen de la obra de arte*) y se admite casi siempre en los textos de

estética, la obra de arte se define precisamente por su "inutilidad" inmediata, por ese substraerse al tráfico pragmático e instrumental entre el hombre y las cosas; la obra de arte nos mueve a una contemplación o a una reacción diferente de la que nos provocan los objetos o hechos no artísticos.

### 3) CREATIVIDAD Y PSEUDOCREATIVIDAD: ¿CÓMO DISTINGUIR?

#### 3.1. INDICADORES BÁSICOS

Lo arriba expuesto da ya suficientes pistas como para no confundir la conducta genuinamente creadora con la simple excentricidad, el afán de notoriedad o el inconformismo infértil. Más adelante, al resumir los resultados de las investigaciones acerca de la personalidad de los creativos, tendremos ocasión de mostrar cuán poco fundamento tiene el prejuicio común que asocia creatividad con extravagancia y aun con neuroticismo y psicoticismo.

En todo caso, la psicometría de la creatividad ha aislado ya tres capacidades constitutivas de ese talento y las ha definido operacionalmente (esto es, señalando cómo medirlas y en función de cuáles indicadores). Estos tres componentes esenciales de la creatividad son la **fluidez**, la **flexibilidad** y la **originalidad**.

A continuación, definiré estos tres conceptos de modo teórico; seguidamente complementaré tales definiciones con un ejemplo, a fin de aclarar sus aspectos operacionales.

3.1.1.- Por **fluidez** se entiende la capacidad para dar varias o múltiples respuestas válidas a un problema. Se la puede dimensionar –aunque no propiamente “medir”– contando el número de respuestas **válidas** que dio cada sujeto en un grupo de personas que tuvieron igualdad de condiciones para responder. Calculando el promedio del rendimiento grupal (por ej., 4,3 respuestas), usted podrá saber de cada persona qué lugar ocupa respecto a la fluidez promedio.

3.1.2.- La **flexibilidad** puede ser definida como la capacidad para dar respuestas que, aparte de válidas, sean también **diversas**. Puede medirse contando cuántas categorías diferentes involucra la persona en sus respuestas.

3.1.3.- Finalmente, por **originalidad** se entiende aquella capacidad para dar soluciones que, aparte de ser válidas, sean además novedosas o incluso inéditas (es decir, que no constituyan meras variantes de soluciones previas). Como en el caso de la fluidez y de la flexibilidad, la originalidad también debe ser evaluada en términos comparativos.

Para comprender mejor el significado de tales conceptos, será útil imaginar un problema cuya solución no sea única (es decir, que en verdad demande el empleo del pensamiento divergente). Por ejemplo, suponga que usted está jugando en una cancha de golf con una pelota de ping-pong, la cual en un descuido cae en un hoyo profundo y de un diámetro pequeño, de no más

de cinco centímetros, de modo que no podría simplemente introducir su mano para recuperarla. En la situación real, a usted le bastaría con un solo procedimiento para cumplir su cometido; pero en este caso se le pide que deje volar su imaginación y formule el **máximo de soluciones válidas** que usted puede concebir.

Suponiendo que usted dedicó unos cinco minutos a resolver el ejercicio propuesto, explicaré separadamente las tres capacidades que antes definimos. Por ejemplo, imaginemos que usted respondió; "a) succionando con una aspiradora; b) llenando de agua el hoyo; c) introduciendo un palo con pegamento en la punta; d) introduciendo una flecha de juguete con un minisopapo de goma en el extremo; e) metiendo un palo de escoba con un chicle en la punta; f) deslizando una cinta de scotch con cierto peso colgante que deje libres algunos centímetros pegajosos; g) valiéndose de insectos amaestrados; h) utilizando electricidad estática; i) valiéndose de un dotado con capacidad de "psicokinesis".

Según se ve aquí, las respuestas **a, b, c, g, h e i** difieren claramente y corresponden a estrategias de solución diferentes, en tanto que las soluciones **d, e y f** constituyen más bien variantes de la solución **c**. Así, pues, en este caso la *flexibilidad* equivaldrá a seis (6), mientras que la *fluidez* en este caso equivale a nueve (9). También acá se debería calcular el rendimiento promedio del grupo y utilizarlo como medida de contraste tanto de la fluidez como de la flexibilidad individual. En cuanto a la *originalidad*, digamos que, para evaluarla, deberá tenerse en cuenta el grupo total; cuando una respuesta ha sido dada por un 5% o menos de los sujetos, puede ser considerada *original*. Sin embargo, hay otros criterios más cualitativos y no menos relevantes. Hallman opina que una respuesta original presenta cuatro notas o cualidades: novedad, impredecibilidad, unicidad y sorpresa. Barron establece, junto al ya mencionado criterio estadístico, un criterio cualitativo: la adecuación a la realidad; es decir, exige que las respuestas no sólo sean infrecuentes y válidas, sino resultantes de cierto realismo y no de la mera divagación o del azar. En el caso de nuestro ejemplo, es probable que las respuestas **g, h e i** sean más originales que las anteriores.

En todo caso, la evaluación de la originalidad es un problema que excede la pura psicometría, pues constituye un problema también para la crítica (de literatura, música y del arte en general) e incluso para la sociedad en su conjunto. Hay quienes postulan que una idea o producción original se reconoce por su libertad o bien por su carácter trascendente; pero, ¿cómo comparar novelas o teorías según sus grados de libertad o de trascendencia? Lejos de pretender resolver un problema tan complejo, me limitaré a proponer algunas reflexiones adicionales. En primer lugar, pareciera que una producción auténticamente original provoca un cierto impacto estético o impresión de armonía superior, incluso en casos de problemas no artísticos (no por nada en matemáticas y física se habla de soluciones "elegantes" y metodología se pide "parsimonia" en los diseños de investigación). En segundo lugar, digamos que a veces la propuesta deviene original en el tiempo, debido a que la fuerza de los hechos la revela como *origen* de una corriente posterior (y en tales casos quizás deberíamos hablar de ideas *originantes* más bien que originales). Por último, cuando en determinados terrenos impera un originalismo compulsivo, abstenerse de participar en esa loca carrera hacia una originalidad mal entendida

puede ser en sí –paradoja mediante– una opción original.

Con todo, es razonable preguntarse hasta qué punto las respuestas ante un test permitirían evaluar los grados de fluidez, flexibilidad y originalidad de quienes respondieron dicho test. En este sentido, propongo algunas reflexiones adicionales en el apartado acerca de evaluación de la creatividad (punto 7).

### 3.2.- INDICADORES SECUNDARIOS DE CREATIVIDAD

Aparte de estos componentes esenciales (fluidez, flexibilidad, originalidad), el talento creativo suele incluir otras características. Estos factores adicionales no son tan nucleares como los ya explicados, pues pueden estar presentes en personas no creativas; sin embargo, si se presentan junto con los componentes básicos (fluidez, flexibilidad, originalidad), contribuyen a potenciar la capacidad creativa.

3.2.1.- Entre estos factores adicionales de la creatividad, la **tendencia a la redefinición** constituye un elemento clave. Esta tendencia consiste en la habilidad para flexibilizar el enfoque del problema, reformulándolo si el planteamiento inicial era insuficiente o susceptible de perfeccionamiento.

3.2.2.- Otro factor adicional es la **elaboración**, es decir, la habilidad para producir soluciones o propuestas cabales, con integración coherente de los detalles en el todo.

3.2.3.- La **sensibilidad ante los problemas** es otro indicador secundario. Se refleja en una percepción ágil y perspicaz de vacíos o incongruencias no explícitas ni visibles para la mayoría.

3.3.4.- Por último, se debe mencionar la **evaluación**, entendida como una capacidad para juzgar la importancia, la calidad y la congruencia de cada elemento, así como el valor global de la solución que se propone, apreciando las fortalezas y debilidades de cada idea.

En realidad, al menos en los casos de los creadores de más alto nivel, los tres componentes básicos y los cuatro factores adicionales suelen complementarse y constituir un solo gran todo.

Claro que los indicadores hasta ahora mencionados redundan todos en un aspecto más bien cognitivo. ¿Acaso las emociones, los valores y el carácter de las personas no repercuten en su creatividad? Por cierto que sí, y mucho. Por ejemplo, se ha visto que las personas genuinamente creativas (y no meramente diletantes) destacan además por una potente *motivación de obra*, que suele expresarse como una gran perseverancia en sus proyectos creativos, asumiéndolos como aspectos esenciales de sus proyectos de vida y no meramente como hobbies o actividades secundarias; en lugar de arredrarles, las dificultades o la resistencia del medio parecen servirles de acicate. Trátese de un líder gremial o comunal, de un empresario o de un artista, esta voluntad de obra es un indicador altamente confiable de creatividad.

#### 4) TEORÍAS ACERCA DE LA CREATIVIDAD

Varias son las teorías existentes que intentan explicar la creatividad, pero su exposición pormenorizada sobraría en un artículo orientado hacia el lector no especialista. Sin embargo, algunas ideas centrales pueden ser útiles para el lector, en especial por su aplicabilidad al propio caso, al de sus familiares, sus amigos o sus compañeros de trabajo.

4.1.- Maslow, por ejemplo, opina que la creatividad auténtica es el resultado natural del proceso de autorrealización, proceso que supone una conquista progresiva de salud mental a través del desarrollo continuo de las múltiples y diversas potencialidades personales. Semejante *actualización* (entendida como transitar desde la *potencia* al *acto*, no como ponerse al día) supone afrontar situaciones significativas, en particular aquellas que resultan problemáticas. La tendencia a usar en plenitud el propio potencial físico y psíquico conduciría al sujeto a un estado en que resultarían más fluidas y enriquecedoras las relaciones internas entre sus partes conscientes e inconscientes, sus planos racionales e irracionales, sus aspectos “masculinos” y “femeninos”. Gracias a esta ausencia de barreras y a esta mayor conectividad intrapsíquica, el sujeto se hace capaz de mayor integración e incrementa su coraje existencial, tornándose así más autónomo y creativo.

4.2.- Diversos investigadores han descubierto reiteradamente que el autoritarismo se opone por su propia naturaleza a la actitud creativa. La persona autoritaria suele ser rígida, poco proclive a la auto observación y a la autocrítica, así como demasiado apegada a normas y convencionalismos. Huelga aclarar que tales actitudes son todas difícilmente compatibles con el comportamiento exploratorio y lúdico que suele estar a la base de la creatividad. En esta misma línea, cabe agregar que la personalidad autoritaria tiene poca tolerancia a la ambigüedad y la incertidumbre, lo cual genera en ella cierta impaciencia anticreativa, cuando no un desdén respecto a la innovación.

4.3.- Ciertos psicoanalistas plantean que una relación cálida e intensa con el progenitor del sexo opuesto aumenta las probabilidades de creatividad en el niño. Como en general los niños tienen más probabilidades de intensificar la relación con sus madres que las niñas con sus padres (pues éstos suelen pasar menos tiempo en sus casas), esta teoría explicaría, de paso, por qué en la historia de la humanidad los hombres han superado a las mujeres en materia de creatividad. En cualquier caso, las teorías psicoanalíticas de la creatividad ven a ésta como una “regresión al servicio del yo” (Kris) y/o como una sublimación madura (es decir, productiva y no meramente defensiva), con gran participación del preconscious.

4.4.- Por otro lado, la psicología de la Gestalt (en especial Wertheimer) y sus epígonos más recientes (como el excelente Rudolf Arnheim) tienden a correlacionar el talento creador con la plasticidad y la eficacia perceptual. En este enfoque, la productividad de soluciones se explica en primer lugar como el resultado de una buena estrategia perceptual: la agudeza, la soltura y la

flexibilidad en el abordaje desembocarían en una mejor comprensión o *insight* del problema y, por tanto, en respuestas más elaboradas, certeras y originales.

4.5.- Los factorialistas tienen en Guilford a su máximo representante en esta materia. Su teoría, altamente elaborada y tributaria de la cibernética, inserta la creatividad en el contexto global del intelecto (el que a su vez opera sobre el telón de fondo de la personalidad como un todo). Según este modelo, mientras más ricos sean los materiales con que el intelecto trabaja (estímulos verbales y no verbales, sensoriales y simbólicos, etc.) y mientras más eficaces sean las operaciones que el sujeto realiza con tales contenidos, mayores probabilidades hay de que su producción intelectual sea creativa. En concreto, el modelo de Guilford tiene como objeto al intelecto y no a la sola inteligencia convencional. Guilford presentó el intelecto es como una estructura multifactorial compuesta por: *a)* cuatro tipos de *contenidos* (figurales –léase sensoriales–, semánticos, simbólicos y comportamentales); *b)* cinco tipos de operaciones mentales (cognición, memoria, pensamiento divergente, pensamiento convergente y evaluación); *c)* seis productos o resultados posibles de la actividad mental (unidades, clases, relaciones, sistemas, transformaciones e implicaciones). Como en principio todas las combinaciones son posibles (aunque muchas sean infrecuentes y hasta inexploradas), existe una friolera de 120 factores estructurales que componen el intelecto integral, la quinta parte de los cuales involucran al pensamiento divergente y son, por tanto, áreas de creatividad posible.

4.6.- Por último, aunque no pretendo reivindicar para mí la tesis ni su condición de teoría ni su originalidad, quisiera explicar mejor algo que dejé enunciado al comienzo: la condición paradójal de la creatividad. Simplificando un poco, creo que la creatividad siempre supone alguna clase de paradoja en su génesis y en su manifestación. En primer lugar, la personalidad del sujeto creador es, como ya se ha visto, profundamente paradójal (lo cual no es sinónimo de disarmónica ni menos de patológica). En segundo lugar, la dialéctica del proceso creador es tal que también presenta rasgos paradójales: supone al mismo tiempo disciplina y soltura, rigor y hedonismo, planificación y azar, introversión y extraversión, una cuota óptima de egocentrismo y, al mismo tiempo, una inclinación aloécéntrica suficiente como para pensar en el prójimo que se beneficiará con la creación o la sancionará como un aporte. En tercer lugar, el producto creado es en sí mismo otra fuente de paradojas: suele imponerse por sí solo, por su propia calidad y su evidente autotelia, pero también está abierto a sus receptores y hasta demanda su participación y su acogida; según cómo se lo considere, resulta simple y complejo a la vez; inconcebible sin alguna clase de analogía con lo preexistente, parece sin embargo borrar todo producto previo y exigir que se lo reconozca como una superación de los precedentes; descendiente de una larga estirpe de creaciones previas, reniega de ella para rendirle honor en un nivel superior, es decir, imponiendo su novedad, tal como sus precedentes lo hicieron antes de envejecer. Por último, las relaciones entre el ambiente y la creatividad suelen ser también ultra paradójales: el sistema social y la cultura requieren de los creadores y sus productos para mantenerse y desarrollarse, pero suelen desconocerlos y hasta desdeñarlos; a su vez, los creadores parecen requerir esta indiferencia para templarse y así poner a prueba no sólo su inventiva, sino también su perseverancia y la fe en sus propias intuiciones e inclinaciones.

## 5. LOS CUATRO PUNTOS CARDINALES DE LA CREATIVIDAD

La investigación científica en torno a la creatividad recibió un decisivo impulso cuando el ya mencionado Guilford –psicólogo y estadístico de gran rigor metodológico y de notable creatividad teórica– dictó en 1950 una célebre conferencia ante unos mil psicólogos norteamericanos, instándolos a ponderar e investigar esta descuidada facultad. La acogida fue tal, que las investigaciones y las publicaciones se multiplicaron a un ritmo vertiginoso. Ante la creciente montaña de datos, Mooney propuso clasificar la información en cuatro categorías, que Sikora llama “parámetros” y que nosotros hemos preferido llamar puntos cardinales: la persona creativa, el proceso de creación, el producto resultante y el ambiente o entorno. Las expondremos sucintamente a continuación.

### 5.1.- ¿CÓMO SON LAS PERSONAS CREATIVAS?

Las personas creativas suelen superar a la población promedio en su **autonomía** (tienden a ser muy independientes en su forma de pensar y de actuar); en su **tendencia al riesgo** (prefieren aventurarse por vías nuevas antes que reforzar la sensación de seguridad que da lo ya conocido); en su **tolerancia a la ambigüedad** y en su manejo ante la incertidumbre (lo que les permite abarcar con una mirada más integral la realidad interna y externa); en su capacidad para **elaborar activamente los conflictos** (sin disfrazarlos ni escamotearlos). La persona de veras creadora (y no sólo potencialmente creadora) suele conciliar tendencias interiores que en otras personas operan como opuestos. Por ejemplo, suele ser más bien introvertida, pero tiende a expresar sus procesos interiores (emociones, ideas, ensoñaciones); combina sin problemas el placer lúcido y la concentración seria y laboriosa; puede recurrir alternativa o simultáneamente al pensamiento analítico y al pensamiento análogo, a la lógica y a la fantasía, a la abstracción y a la imaginación; suele ser perseverante en su búsqueda, pero flexible y cambiante en sus tácticas de tanteo.

Además, los creativos son como promedio más desinhibidos y menos convencionales que los sujetos comunes, más proclives al humor, más dominantes y a menudo –hay que decirlo– también más egocéntricos. En general, su psiquismo es comparativamente más complejo, pero su salud mental promedio es mayor que la estadísticamente normal. Valoran y cultivan las actividades innovadoras y progresistas, siendo sensibles a las diversas manifestaciones de la belleza y la armonía.

Por cierto, estos datos constituyen un simple resumen esquemático y no un retrato acabado de todas las personas creativas, pues ellas presentan notables diferencias interindividuales. Lo mismo puede decirse de las curvas de desarrollo y de fertilidad de los creadores, que difieren significativamente según el campo en que laboren.



## 5.2.- EL PROCESO CREADOR

Dada la enorme diversidad de los actos creadores, resulta difícil perfilar el proceso mediante el cual se llevan a cabo. Elaborar una teoría puede demorar años, mientras pintar un cuadro o componer una canción pueden ser trabajos de unas pocas horas (por cierto, eventualmente también puede ocurrir lo inverso). Sin embargo, cualquiera sea la duración del proceso, éste suele darse por etapas, si bien no siempre distinguibles ni rígidamente secuenciales. Con todo, hay una primera etapa consistente en la percepción del problema (a veces el mero hecho de descubrir un vacío o una dificultad inadvertida es ya un acto creativo); la formulación del problema (es decir, su delimitación y su ordenamiento) puede considerarse una segunda etapa; la tercera sería la fase de búsqueda y hallazgo de ideas; la cuarta, la fase de ensayo y puesta en práctica de las ideas; la quinta, la fase de evaluación crítica y de valoración comparada de las ideas según su factibilidad y eficacia.

## 5.3.- LOS PRODUCTOS DE LA CREATIVIDAD

Si la creatividad puede manifestarse tanto en la producción científica y artística como en la vida cotidiana, sus productos pueden ser una nueva teoría, una investigación o una hipótesis originales, una propuesta innovadora en el arte o en la estética, pero también un mueble, un arreglo casero, una solución ingeniosa para un problema de presupuesto o de relaciones humanas.

En realidad, cuesta imaginar una sola actividad u oficio en que no se pueda ser creativo. Quizás la rutina propia o la inercia ajena desincentiven a un eventual innovador y lo disuadan de su deseo de cambio; pero la experiencia demuestra que, cuando las innovaciones son aportes reales y el innovador combina perseverancia y cierta sabiduría en su comportamiento, las resistencias ceden y luego se transforman en aceptación y hasta en admiración. De ahí la importancia que, junto al talento creador, tienen las variables de personalidad. Un verdadero creador necesita energía para crear y convencer.

Determinar cuán creativa es una idea, un invento u otra clase de producto es algo que no puede ser juzgado por la sola psicología u otra disciplina aislada. En este plano es indispensable el trabajo interdisciplinario, a fin de que las estadísticas, la estética, la historia, la crítica y la sociología del arte y la cultura puedan aportar criterios de valoración. Como idea general, valga el siguiente criterio: mientras mayor sea el cambio que el producto significa o provoca, tanto más creativo es. Así, por ejemplo, Descartes, Kant, Hegel, Freud, Einstein, Saussure, Piaget, Wiener, Bateson, Chomsky, para citar algunos, han operado cambios radicales, con repercusiones que exceden con mucho el campo en que surgieron. Pero el examen del grado de profundidad y de radicalidad del producto debería combinarse con el grado de *versatilidad* que el creador muestra en todo el espectro de sus quehaceres; así, por ejemplo, los especialistas en filosofía pueden acaso considerar más profundo el existencialismo de Heidegger que el de Sartre, pero éste fue además un notable narrador (piénsese, por ejemplo en *La náusea* o *El muro*) y un verdadero dramaturgo (*Las manos sucias*, *Muertos sin sepultura*, *A puerta cerrada*), y todo ello sin considerar su

condición de figura política relevante (de actuación muy significativa, aunque controvertida).

#### 5.4.- EL AMBIENTE

Los antropólogos e historiadores han señalado diversos factores del ambiente físico que aparecen asociados al auge cultural. Ciertos factores geográficos (fertilidad, temperaturas templadas o frías, abundancia de ozono, tempestades, alternancias meteorológicas) crean condiciones propicias para el desarrollo de la inventiva. Desde este punto de vista, un ambiente paradisíaco puede ser desestimulante, por carecer de imprevistos –como los cambios climáticos súbitos– que obligan a sus habitantes a enfrentar problemas nuevos. Pero la posibilidad de contar con tiempo libre (como ocurre estacionalmente en las tribus agrícolas) constituye una condición altamente favorecedora del pensamiento creador.

Las circunstancias sociohistóricas suelen también gravitar de modo significativo y no siempre de acuerdo a la lógica del sentido común. Durante la primera guerra mundial y en la difícil atmósfera ulterior de posguerra, proliferaron innovaciones y creadores de primer nivel, que estremecieron hasta sus fundamentos el arte y la literatura de los países más involucrados en la contienda. ¿Y qué decir de la década de los sesenta? Hasta el canto popular tuvo su época dorada (y no sólo con los Beatles), mientras en Vietnam y en el Medio Oriente la violencia arreciaba y cobraba miles y miles de víctimas.

Las circunstancias sociohistóricas suelen también gravitar de modo significativo, y no siempre de acuerdo a la lógica del sentido común. Durante la Primera Guerra Mundial y en la difícil atmósfera ulterior de postguerra, proliferaron innovaciones y creaciones de primer nivel, que estremecieron hasta sus fundamentos el arte y la literatura de los países más involucrados en la contienda. ¿Y qué decir de la década de los sesenta? Hasta el canto popular tuvo entonces su época dorada (y no sólo con los Beatles), mientras en Vietnam y en el Medio Oriente la violencia arreciaba, cobrando miles y miles de víctimas.

En cualquier sociedad, un pasado rico en tradiciones gloriosas puede resultar estimulante para unos y desestimulante para otros. De todos modos, será un factor propiciatorio para la emergencia de la creatividad el que ella sea valorada y estimulada por la comunidad. Sin embargo, en países como el nuestro, donde la crítica especializada es escasa y a menudo menos influyente que la actividad periodístico-publicitaria, la detección de la creatividad auténtica se dificulta enormemente, y en su reemplazo surgen el culto a la personalidad, el premio a la extravagancia, la idolatría más o menos bobalicona<sup>1</sup>. Si del propio Neruda no se leen los tres volúmenes de *Residencia en la tierra* (probablemente sus mejores páginas); si de Gabriela Mistral se recitan tres o cuatro poemas, pero no se desempolva *Tala* (seguramente su obra mayor); si Nicanor Parra es más conocido como un excéntrico que como el verdadero poeta que es, ¿cabe esperar que corran mejor suerte un Gonzalo Rojas, un Enrique Lihn o un Jorge Teillier, poetas todos ellos menos conocidos, pero que en otros países serían objeto de gratitud y posiblemente de culto? Si la propia Violeta Parra vino a ser reconocida después de suicidarse y Víctor Jara fue torturado y

baleado precisamente por ser un cantautor resonante, ¿qué pueden esperar los compositores e intérpretes actuales y venideros? Si nuestra gente de teatro y nuestras galerías de arte apenas cuentan con público, ¿cómo se va a crear la efervescencia creadora que el país necesita?

La delgadez de nuestro tejido cultural constituye, por cierto, un problema societal, cuya solución no es resorte de dos o tres analistas aislados; pero sus consecuencias ameritan una meditación colectiva y una acción mancomunada.

Un factor clave es, por cierto, la educación, en especial la primaria y la secundaria. También aquí hay resortes macrosistémicos que deben activarse con generosidad y visión. Todo ello exige un verdadero replanteamiento. La labor educadora necesita un reconocimiento real y colectivo, que comprometa a la sociedad toda; pero también requiere una reformulación que la renueve y la recapacite de continuo. Es indispensable que el profesor en formación y el ya formado reaprendan a pensar lógica y creativamente y que estimulen lo propio en sus alumnos. Para ello hay métodos de probada eficacia, y la psicología puede ser un gran aporte.

La familia es otro factor clave. El estado, la iglesia, los medios de comunicación pueden ser una gran fuente de difusión de ideas y actitudes más sanas y eficaces para la crianza y la convivencia familiar. La formación de niños y jóvenes autónomos y reflexivos, con decidida tendencia hacia la autorrealización y la salud mental, es una tarea prioritaria. Para la sociedad, descuidar tal tarea tiene implicaciones trágicas.

En este sentido, la psicología puede aportar su cuota en esa noble misión. Sin embargo, ésta exige una colaboración multidisciplinaria e incluso multicultural. Si de veras se desea superar mitos y paradigmas obsoletos, si realmente se anhela oxigenar los compartimentos estancos (llámense credos políticos, estéticos o religiosos) y compensar las miopías de la especialización, resulta indispensable salir del propio ámbito, explorar algunas fronteras disciplinares y tener el coraje de buscar datos reales y no meras opiniones coincidentes con las propias.

Por ejemplo, si nos atenemos a los resultados de las investigaciones, el estereotipo de la familia ideal y siempre sonriente no se correlaciona demasiado con la emergencia de la creatividad. Los niños más creativos suelen provenir de hogares en que los problemas se abordan abiertamente, sin tabúes y en atmósferas participativas. Crear un microclima sobreprotector y aséptico, tajantemente separado del mundo adulto, desincentiva en los niños la curiosidad y reduce la gama de problemas con que ellos van entrenando sus habilidades. Weisberg y Springer, después de investigar rigurosamente el problema, descubrieron un sorprendente perfil de la familia de origen del sujeto creativo:

## **6.- ¿CÓMO POTENCIAR LA CREATIVIDAD?**

Las explicaciones anteriores insinuaron ya la entrenabilidad de la capacidad creativa, así como los obstáculos personales, interpersonales y macrosociales que convendría evitar o remover.

Sin embargo, como esta capacidad es el resultado de un conjunto muy complejo de variables, es necesario destacar que **un entrenamiento aislado es insuficiente para estimular y desarrollar cabalmente las potencialidades creadoras.**

El principal escollo personal reside en ciertos hábitos emocionales (como el temor al ridículo, la rigidez, el excesivo pragmatismo, el prurito de seguridad y éxito inmediatos, que disuade al sujeto de aventurarse por vías nuevas y riesgosas). En el caso de las actividades grupales y organizacionales, los principales escollos son el autoritarismo, la falta de confianza y de comprensión, la premura, la rigidez en las jerarquías y, sobre todo, el criticismo desbocado y prematuro, que se complace en señalar errores o dificultades, sin comprometerse madura y solidariamente en el perfeccionamiento de las alternativas o en la búsqueda de otras nuevas. En este sentido, es clave que cada miembro alterne y comparta las responsabilidades de crear y evaluar; lo contrario suele implicar graves tensiones personales e interpersonales.

Así como en la familia el contacto con las dificultades reales y la adversidad puede estimular en los niños la creatividad y el realismo (sin por ello inhibir la fantasía), así también en los grupos y organizaciones la existencia de áreas o períodos difíciles puede facilitar la emergencia de actitudes creativas. La clave de ello radica en la capacidad para percibir las oportunidades y alternativas que se abren tras el aspecto dramático de las dificultades, imprevistos y quiebres propios de cualquier proceso organizacional o grupal. Y dado que diversas investigaciones revelen que hasta las personas ya altamente creativas pueden sacar provecho de un entrenamiento adecuadamente estructurado, hay buenos motivos para ser optimistas.

Un entrenamiento correctamente orientado supone asumir que la comprensión intelectual de la creatividad –sus principales indicadores, las peculiaridades de las personas creativas, los principios, métodos y técnicas más eficaces para generar ideas– *constituye apenas una etapa del dicho entrenamiento*, etapa que además no resulta indispensable o, al menos, no tiene por qué ser la primera ni la que insuma más horas. En un adiestramiento genuino que vaya más lejos que la simple diversión o el diletantismo, el desafío principal consiste en remover los bloqueadores de fondo, que son casi siempre de naturaleza más bien emocional. Digámoslo de modo más crudo: lo que suele hacer falta no es tanto la inteligencia, sino más bien la soltura y la flexibilidad, la capacidad de motivarse con los desafíos y de trascender el análisis crítico o evaluativo (por brillantes y necesarios que ellos resulten). Por ejemplo, en un grupo o círculo de creatividad, resulta incomparablemente más deseable una actitud de mantener "el juicio entre paréntesis" (valoración diferida) que una brillantez abrumadora y poco dialogante, con mayor razón si ella está al servicio del exhibicionismo personal.

En el caso concreto de las organizaciones que privilegian la innovación, resultará primordial promover el desarrollo de actitudes aceptadoras y propiciadoras de la creatividad en el mayor número posible de áreas, grupos y personas, en la medida en que la observancia de dicha práctica –personal e interpersonal– constituye ya el primer avance en orden a comprender, valorar e incrementar la productividad creativa, base de toda innovación. Por otra parte, la tolerancia y la valoración de la divergencia son también indispensables si los interactores

efectivamente se proponen dejar de ser un simple *grupo* para convertirse en un *equipo*.

## 6.1.- CINCO PRINCIPIOS HEURÍSTICOS

Como sabemos, los heurísticos –a diferencia de los algoritmos y fórmulas matemáticas e ingenieriles que ofrecen soluciones ciertas y demostrables– se aplican a problemas que no tienen soluciones conocidas y que, incluso, podrían no tener solución; de este modo, los procedimientos heurísticos pueden a lo sumo aumentar las **probabilidades** de que el abordaje fructifique con éxito, pero no garantizan que ello ocurrirá indefectiblemente.

Sikora plantea tres principios heurísticos cuya observancia facilita el hallazgo de ideas; por nuestra parte, fundándonos en la experiencia y al conocimiento disponible, agregaremos otros.

**Principio de valoración diferida.** Establece que, durante la búsqueda de ideas, es altamente provechoso prescindir de todo tipo de evaluación, tanto positiva como negativa, verbal o no verbal, intrapersonal o interpersonal. Se debe postergar para una etapa ulterior cualquier consideración respecto al valor de las ideas propuestas (por uno mismo o por otros), ya que durante la búsqueda hasta los elogios inhiben la productividad. El famoso método llamado Brainstorming (o lluvia de ideas) se funda esencialmente en este principio.

**Principio de distanciamiento.** Establece que, para abordar una situación o problema, es provechoso alejarse lo más posible de la óptica habitual y tantear, en cambio, diversas alternativas. En algunos casos el distanciamiento puede buscarse, incluso, en el polo opuesto, como ocurre en el método de inversión dialéctica o en el de los escenarios.

**Principio de experimentación lúdica.** Plantea que a menudo resulta productivo un tanteo no sistemático, relativamente placentero y juguetón, para sustraerse al pensamiento meramente lineal, que nos induce a considerar sólo un aspecto de las cosas. Es de notar que grandes inventos se gatillaron durante esa clase de tanteos y, de hecho, casi toda sesión de trabajo creativo tiene momentos de gran soltura lúdica.

**Principio de analogía.** Muchas veces resulta provechoso traducir desde un código a otro el problema o situación, pues ello obliga a cambiar la perspectiva. Por ejemplo, un problema afectivo puede traducirse –con las limitaciones obvias de la analogía– a un problema contable; frente a la necesidad de planificar el desarrollo de un proyecto, uno podría concebir ese proyecto como un árbol y luego ver cuáles serían las necesidades de riego, abono, luz, calor o poda; un problema sonoro (como los que deben resolver los músicos) puede traducirse a un problema visual o espacial y estudiar así cómo podrían aplicarse soluciones propias de la pintura, del diseño o del cine –yuxtaposiciones de imágenes, por ejemplo– o bien de la arquitectura o de la escultura, donde se aprovechan de modo múltiple los materiales y el espacio. Este principio es el núcleo inspirador de la sinéctica y la biónica.

**Principio de provisionalidad.** En la línea de Edward de Bono y otros, planteamos que puede ser muy útil recordar, en el momento mismo de la creación, que las soluciones existentes (incluyendo las propias) son por definición perfectibles y que su vigencia es relativa. Teniendo presente esa

verdad (obvia, pero olvidable) es posible incrementar la audacia de las ocurrencias, ir aún más allá. El lector familiarizado con las ideas de la así llamada "calidad total" o de la reingeniería, seguramente verá cuánto se aproxima esta idea al principio del "mejoramiento continuo".

## 6.2.- MÉTODOS, TÉCNICAS Y OTROS RECURSOS

### 6.2.1. *Métodos y Técnicas.*

Resulta difícil (y en cierto modo artificial) distinguir los principios antes explicados y los métodos que facilitan el pensamiento creativo, puesto que en ambos casos se trata de recursos heurísticos; por lo demás, principios y métodos heurísticos se correlacionan y articulan estrechamente. Se puede decir que tales principios operan como actitudes recomendables, cuya práctica se encarece en tanto implica promover actitudes propiciadoras de la soltura mental y la flexibilidad, mientras que, en cambio, los métodos y técnicas constituyen estrategias más elaboradas y sistemáticas para favorecer el proceso creativo como un todo (desde la percepción de problemas hasta el hallazgo de soluciones y la evaluación de su puesta en práctica).

Por otra parte, es necesario advertir al lector que, con el propósito de simplificar la exposición, nosotros prescindiremos del distingo entre **método** y **técnica**, que varios autores formularan y que en no pocos casos se ha prestado para confusiones.

De cualquier modo, y como se verá en la medida en que se los practique, éstos métodos o técnicas constituyen una estimulante ayuda y suelen aumentar notoriamente la productividad adicional.

Aunque el espacio nos impide realizar una exposición detallada y ejemplificada, entregaremos a continuación una lista de los métodos y técnicas más usados y eficaces:

- a) Brainstorming (que tiene diversas variantes).
- b) Inversión dialéctica.
- c) Escenarios.
- d) Listado de atributos.
- e) Matrices heurísticas o de descubrimiento.
- f) Pensamiento lateral (que incluye varias técnicas, utilizadas también ante otras clases de problemas y situaciones)
- g) Métodos analógicos (que tienen muchas variantes, pero donde destacan en particular la sinéctica y la biónica)
- h) Confrontación creadora (o palabras inductoras).

Esta lista puede considerarse ordenada según un criterio de complejidad creciente. De hecho, la sinéctica y el pensamiento morfológico requieren un entrenamiento intenso y

prolongado. El lector interesado puede remitirse a algunos textos consignados en la bibliografía: Ackoff, Adair, Allen, Beyer, Bransford, Chang, Demory, Foster, Gordon, Harrington *et al*, Majaro, Mitroff, Parnes, Sikora, Wujec. En ellos encontrará orientaciones valiosas, variadas y estimulantes.

### 6.2.2. El recurso de los verbos manipulatorios.

Así como existe el método de las palabras estimulantes, así también se ha propuesto una lista de verbos cuya conjugación en forma interrogativa favorece el hallazgo de nuevas ideas. Entre los “verbos manipulatorios”, destacan *ampliar*, *reducir* y *transformar*, con sus respectivas variantes: *aumentar*, *agrandar*, *acrecentar*, *achicar*, *minimizar*, *disminuir*, *reordenar*, *combinar*, *modificar*, *reformular*, etc.)

Por ejemplo, si consideramos las innovaciones de cualquier empresa productiva o de servicios, podremos comprobar que muchas de ellas constituyen variaciones o mejoramientos (en mayor o menor escala) de su situación actual, y que tales modificaciones surgieron en base a preguntas muy simples: ¿es posible **ampliar** los servicios –o los usuarios– de esta tarjeta de crédito?, ¿podemos **reducir** el tamaño de este artefacto?, ¿podría resultar algo interesante de **combinar** las ventajas de un detergente con las ventajas de un combustible? El uso de verbos manipulatorios en forma de pregunta es un recurso altamente efectivo, que potencia la experimentación y enriquece tanto la fluidez como la flexibilidad y la originalidad; puede, además, convertirse en una herramienta práctica muy simple para el desarrollo de la productividad creativa durante las reuniones, conversaciones y actividades en las que cambiar un punto de vista ayuda a tomar una decisión.

## 7.- ¿CÓMO DETECTAR Y/O EVALUAR LA CREATIVIDAD?

En lo ya dicho se han adelantado algunas ideas acerca de la detección y la evaluación de la creatividad. Digamos ahora que existen dos tipos de técnicas para identificarla y que llamaremos psicométricas y sociométricas.

Las técnicas psicométricas se valen de tests que se aplican directamente a las personas para dimensionar cada uno de los factores ya explicados. Pero, dado que tales tests sólo pueden informarnos acerca de las potencialidades creativas y no del grado en que el sujeto las despliega en su vida real, conviene aplicar además tests de personalidad que midan ciertos rasgos (perseverancia, autonomía, autocrítica) y los intereses predominantes.

A riesgo de incurrir en la majadería, aquí debemos reiterar que ejercer la creatividad no depende sólo de ciertas facultades cognitivas, sino del complejo total de fortalezas y atributos del sujeto. Los psicólogos sociales han descubierto que el grupo tiende a discriminar a quien no coincide con las tendencias grupales; ahora bien, como la creatividad es un rasgo atípico, una

persona debe vencer esos obstáculos intersubjetivos para realizarse como creativa (y hasta diríamos que tal barrera es una suerte de prueba darwiniana con que el colectivo selecciona a los creadores psicológicamente más fuertes).

Las técnicas sociométricas se valen de encuestas y consultas indirectas, en las que se pide a ciertas personas (colegas, jefes, subordinados, amigos, especialistas y no especialistas) que evalúen el grado de creatividad de otras personas, entregándoles previamente información sobre su definición e indicadores reales. Si la muestra consultada y la encuesta misma son metodológicamente correctas, los resultados suelen parecerse a los obtenidos con procedimientos psicométricos directos. Por cierto, las encuestas no impiden la subjetividad de los "jueces" consultados, pero éstos pueden tener una visión más panorámica de las realizaciones de los enjuiciados y de su evolución en el tiempo (dimensiones ambas que los tests no pueden abarcar). Además los tests objetivos sólo pueden informarnos acerca de quiénes los contestan, mientras que los informantes pueden darnos información directa sobre otros sujetos no considerados por el investigador. Por último, los tests tienen la ventaja de su aplicabilidad masiva y su objetividad (al menos en tanto imponen condiciones iguales a todos los sujetos). Sin embargo, hay grandes diferencias interindividuales en velocidad y ritmo de respuesta, y de hecho se ha visto que las respuestas más originales suelen darse después de las más obvias (de modo que si el test no da tiempo suficiente, la originalidad casi no podrá manifestarse).

Una técnica que ya no cabría clasificar como sociométrica, pero que resulta útil en algunos campos como el ingenieril y otros similares, es la estadística de inventos patentados; sólo que las cifras brutas requieren el complemento del análisis cualitativo (a fin de ponderar el grado de relevancia y de repercusión de la inventiva individual). La sociología cultural hace mediciones análogas en el campo de la literatura, las artes y las humanidades, llegando incluso a cuantificar las citas y alusiones que la comunidad de colegas o pares hacen de un autor y/o de una obra, concepto o teoría. En estos casos convendrá ser prudentes respecto de la presunta científicidad u objetividad de tales técnicas, pues la evaluación puede fácilmente desvirtuarse o arrojar algo así como índices de popularidad, de prestigio o de visibilidad social, y no de talento creativo; por lo demás, incluso aunque las citas o alusiones fueran un indicador confiable de reconocimiento real, éste tampoco constituye *per se* un indicio cierto del mérito real.

Algunos de los tests de creatividad más conocidos son los de Guilford, Torrance, Mednick, Pole y Wallach y Kogan. Prácticamente todos ellos plantean problemas o situaciones verbales y no verbales que exigen múltiples respuestas, de modo que éstas puedan después ser evaluadas comparativamente (en referencia a un promedio grupal). Un subtest de Guilford pregunta por todos los usos extraños que podrían darse –aparte del empleo habitual– a un determinado objeto (por ejemplo, un ladrillo, un envase vacío, un palo de escoba, etc.); otro subtest del mismo Guilford pregunta por las consecuencias que podría tener un hecho (verbigracia, que todos los hombres pudiéramos volar o hacernos invisibles, que se redujera la temperatura del planeta, que lloviera durante un mes seguido, etc.).

Pueden también presentarse hechos que admiten múltiples explicaciones. A modo de



ilustración, imagine el lector una situación como ésta: “A dos gemelos les compraron zapatos idénticos, pero uno los gasta más que el otro. Dé posibles razones que expliquen tal diferencia”.

Ciertas pruebas presentan estímulos visuales (como círculos, cuadrados o líneas), a partir de los cuales el sujeto debe dibujar figuras que incluyan el estímulo inicial; otros tests ofrecen piezas que deben combinarse para formar el mayor número posible de figuras válidas (es decir, que puedan reconocerse como representaciones de objetos o símbolos reales).

En todos los casos se puede cuantificar la fluidez, la flexibilidad y la originalidad de cada sujeto en comparación con el grupo, como también apreciar cualitativamente el nivel de la elaboración y de los demás factores complementarios. Dicho de otro modo, es todavía necesario (y por cierto posible) hacer más fina y creativa la evaluación misma de la creatividad.

Con todo, es preciso señalar que los tests de creatividad son sólo indicadores medianamente fiables. Más sentido práctico tiene evaluar –también mediante tests y cuestionarios– los rasgos de personalidad, ya que, como se ha dicho, la creatividad es una estructura que depende más del carácter y de las actitudes que del mero intelecto y las aptitudes.

Siguiendo la misma lógica se puede entender por qué, a la hora de predecir qué sujetos tendrán logros creativos, son los antecedentes concretos (registros, obras, inventos, premios, actividades, diversidad de intereses), los que más atención merecen: la biografía y el historial de logros de cada sujeto nos informan si presenta una creatividad potencial o si ya se está ya la tiene en marcha. Esto parecerá circular o tautológico, pero es un hecho que no siempre lo latente se hace patente y que, asimismo, no todo creativo de hoy será un creador mañana.

## **ORIENTACIÓN BIBLIOGRÁFICA**

Como ya se ha dicho, el entrenamiento de la creatividad es en primer término un proceso experiencial antes que intelectual, y requiere una auténtica apertura al autoaprendizaje y, por esa vía, al metaaprendizaje (esto es, aprender a aprender). Semejante proceso rebasa con mucho la mera adquisición de datos o incluso el simple desarrollo de habilidades cognitivas; desde luego, tampoco se agota en la mera curiosidad, en el picaflorero bibliográfico o en un diletantismo turístico. Pese a su innegable complejidad, tal proceso no es inaccesible; de hecho, suele más entretenido y fascinante precisamente porque no funciona sólo con la inteligencia o con la mera racionalidad convencional.

Ahora bien, una vez que se han tenido las experiencias prácticas de aplicación de los principios y técnicas de la creatividad, podrá resultar estimulante profundizar en el tema por la vía de la lectura.

Lo que sigue no es una bibliografía hiperselectiva ni un listado exhaustivo. Aquellas obras más recomendables como introducciones globales al tema –pues informan acerca de sus cuatro grandes tópicos– aparecen señaladas con un cuadrado (□); los textos más aplicados y prácticos

—que exponen de modo provechoso algunos métodos y técnicas de pensamiento creativo y/o proponen ejercicios— aparecen signados con una estrella (★). Muchas buenas obras no llevan ni uno ni otro signo y, sin embargo, son altamente recomendables e incluso —en ciertos casos— aportan perspectivas nuevas y hasta originales, o bien iluminan algún tópico particular con cierta extensión (esto último puede inferirse a partir del título y de la cantidad de páginas, dato que queda consignado como pista útil).

Por último, como muchos de estos textos son traducciones, se indican entre corchetes el año y la ciudad o el país de su edición original (si bien en varios casos eso no se pudo averiguar).

Ackoff, Russell L.: *El arte de resolver problemas*. Editorial Limusa, México, 1996, 255 pp.

Adair, John: *El arte del pensamiento creativo*. Fondo Editorial Legis, Bogotá, 1992 [orig. en inglés: 1990], 150 pp.

Adams, James L.: *Guía y juegos para superar bloqueos mentales*. Editorial Gedisa, Barcelona, 1986 [Stanford, 1979], 200 pp. ★

Adamson, Gladis; Martínez Bouquet, Carlos; Sarquis, Jorge A.: *Creatividad en arquitectura desde el psicoanálisis*. Editorial Piados, Buenos Aires, 1985, 277 pp.

Allen, Myron S.: *Creatividad morfológica. El milagro del poder mental oculto*. Herrero Hermanos, México, 1963 [EE. UU., 1962], 238 pp. ★

Alonso-Fernández, Francisco: *El talento creador. Rasgos y perfiles del genio*. Ediciones Temas de Hoy, Madrid, 1996, 331 pp.

Andreani, Ornella; Orio, Stefania: *Las raíces psicológicas del talento. Investigaciones acerca de la inteligencia y de la*

*creatividad*. Editorial Kapelusz, Buenos Aires, 1980, 351 pp.

Arheim, Rudolf: *El pensamiento visual*. Editorial Universitaria de Buenos Aires, Buenos Aires, 1971 [California, 1969], 343 pp.

Barron, Frank: *Personalidad creadora y proceso creativo*. Ediciones Marova, Madrid, 1976 [1969], 224 pp.

Bean, Reynold: *Cómo desarrollar la creatividad en los niños*. Editorial Debate, Madrid, 2000 [Los Ángeles, California, 1991], 121 pp.

Beaudot, Alain (comp.): *La creatividad*. Narcea, Madrid, 1980 [París, 1973], 253 pp. □

Beyer, Günter: *Aprendizaje creativo. Programas de adiestramiento para aumentar la creatividad, la concentración y la memoria*. Ediciones Mensajero, Bilbao, s.f., pp. 189-227. ★

Boden, Margaret A.: *La mente creativa. Mitos y mecanismos*. Editorial Gedisa, Barcelona, 1994 [1991], 404 pp.

Bohm, David; Peat, David: *Ciencia, orden y creatividad. Las raíces creativas de la ciencia y la vida*. Editorial Kairós, Barcelona, 1988 [orig. en inglés, 1987], 209 pp.

Bolton, Neil: *Introducción a la psicología del pensamiento*. Editorial Herder, 1978 [Londres, 1972], 374 pp. Cap. 8: "Pensamiento Creativo", pp. 247-280.

Bono, Edward de: *El pensamiento lateral. Manual de creatividad*. Sudamericana / Planeta, Buenos Aires, 1986 [1970], 278 pp.

Bono, Edward de: *Conflictos. Una mejor manera de resolverlos*. Sudamericana / Planeta, Buenos Aires, 1986 [1985], 278 pp.

Bono, Edward de: *Pensar bien*. Selector Actualidad Editorial, México, 1ª reimpresión, 1991 [1986], 143 pp.

Bono, Edward de: *La felicidad como objetivo*. Editorial Kairós, Barcelona, 1979, 279 pp.

Bono, Edward de: *Aprender a pensar*. Plaza y Janés Editores, Barcelona, 3ª 1991 [1987] [EE.UU., 1982], 192 pp.

Brainsky, Simón: *Psicoanálisis y creatividad. Más allá del instinto de muerte*. Grupo Editorial Norma, Bogotá, 1997, 182 pp.

Branthwaite, Alan: "La creatividad y las habilidades cognitivas". En Angus Gellatly (comp.): *La inteligencia hábil. El desarrollo de las capacidades cognitivas*. Aique Grupo Editor, Buenos Aires, 1997, 295 pp. (pp. 241-258).

Bushe, Gervase R.; Shani, A. B. (Rami): *Estructuras paralelas de aprendizaje. Fortalecimientos de la innovación en sistemas burocráticos*. Addison-Wesley Iberoamericana, Estados Unidos, 1993 [orig. en

inglés, Massachusetts, 1991], XVI-214 pp.

Butler, Robert N.: "El estudio de la creatividad en la vejez: estudios sobre personas creativas y el proceso creativo". En Levin, Sidney; Kahana, Ralph J. (comps.): *Los procesos psicológicos en el envejecimiento. Creatividad, reminiscencia y muerte*. Ediciones Hormé, Buenos Aires, 1973 [¿1964], pp. 15-70.

Calvo Sotelo, Manuel: *La ciencia es cosa de hombres (homo sapiens)*. Celeste Ediciones, Madrid, 1996, 269 pp.

Canonge, Fernand; Ducel, René: *La educación técnica. Sus bases y métodos*. Editorial Paidós, Buenos Aires, 1973 [París, 1969], 245 pp.

Chang, Richard Y.; Kelly, P. Keith: *Resolución de problemas*. Ediciones Granica, Barcelona / TEC Consultores, Buenos Aires, 1996, 106 pp. ★

Complo, Jannita Marie: *Actividades creativas en la Educación Especial. Motricidad y lenguaje*. Ediciones CEAC, Barcelona, 1984 [1979], 100 pp.

Cortright, Rupert L.; Hinds, George L.: *La discusión creadora. En los negocios y en la industria*. Buenos Aires - Santiago - Lima, 1974, 344 pp.

Csikszentmihalyi, Mihaly: *Creatividad. El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1998 [N. York, 1996], 510 pp. □

Darrow, Fischer; Allen, R. Van: *Actividades para el aprendizaje creador*. Editorial Paidós, Buenos Aires, 1965, 141 pp.

Davis, Gary A.; Scott, Joseph A. (comps.): *Estrategias para la creatividad*. Ediciones Paidós, Buenos Aires, 2ª reimpresión, 1989 [N. York, 1971], 354 pp. □

Diekmeyer, Ulrich; Kirst, Werner: *Desarrolle su creatividad. Técnica de la actividad creativa y de las estrategias productivas*. Ediciones Mensajero, Bilbao, 1978 [Alemania, 1971], 128 pp.

Díez, Carmen: *La creatividad en la expresión plástica. Propuestas didácticas y metodológicas*. Narcea Madrid, 1986, 144 pp.

Dogan, Matei; Pahre, Robert: *Las nuevas ciencias sociales. La marginalidad creadora*. Editorial Grijalbo, México, 1993 [París, 1991], 293 pp.

Drucker, Peter F.: *La innovación y el empresariado innovador. La práctica y los principios*. Editorial Sudamericana, Buenos Aires, 3ª 1992 [1ª 1986] [Estados Unidos, 1985], 310 pp.

Elam, Stanley (comp.): *La educación y la estructura*

*del conocimiento. Investigaciones sobre el proceso del aprendizaje y la naturaleza de las disciplinas que integran el curriculum*. Editorial "El Ateneo", Buenos Aires, 1973, 267 pp.

Feldmann, Paul: *Aprender a aprender*. Plaza & Janés Editores, Barcelona, 3ª 1992 [1ª 1988] [Munich, 1ª 1974], 199 pp.

Fink, Eugen: *Historia del psicoanálisis*. Editorial Paidós, Buenos Aires, 1982 [N. York, 1979]. Cap. X. "Los inconsciente: capacidad creadora, lenguaje y comunicación", tomo 1, pp. 250-275.

Foster, John: *Desarrollo del espíritu creativo del niño*. Publicaciones Cultural S. A., México, 1976, 184 pp.

Foster, Timothy R. V.: *101 métodos para generar ideas. Cómo ayudar a estimular la creatividad*. Ediciones Deusto, Bilbao, 1993 [Londres], 179 pp.

Freeman, Christopher: *El reto de la innovación. La experiencia de Japón*. Editorial Galac, Caracas, 1993 [Londres, 1987], 200 pp.

Furtado, Celso: *Creatividad y dependencia*. Siglo Veintiuno Editores, México, 1979 [Río de Janeiro, 1978], 229 pp.

Fustier, Michel; Fustier, Bernardette (col): *Pratique de la créativité. Connaissance du problème*. Formation permanente en Sciences Humaines. Les Editions ESF, París, 1976, 112 pp.

Gabor, Dennis: *Innovaciones: científicas, tecnológicas, sociales*. Editorial Universitaria, Santiago, 1973 [Oxford, 1970], 174 pp.

Gallego, Fabio: *Aprender a generar ideas. Innovar mediante la creatividad*. Ediciones Paidón Ibérica, Barcelona, 2001, 157 pp. ★

Gamez, George: *Todos somos creativos*. Ediciones Urano, Barcelona, 1998 [Los ángeles, California, 1995], 223 pp.

Gardner, Howard: *Arte, mente y cerebro. Una aproximación cognitiva a la creatividad*. Editorial Paidós, Buenos Aires, 1987, 397 pp.

Gawain, Shakti: *Visualización creativa*. Aletheia Editorial, Buenos Aires, 1986, 170 pp.

Gelatt, H. B.: *La toma creativa de decisiones. Cómo aprovechar la incertidumbre. Aplicación de las técnicas racionales e intuitivas para tomar las mejores decisiones*. Grupo Editorial Iberoamérica, Serie 50 minutos, México, 1993 [EE. UU. 1991], 70 pp.

Ghiselin, Brewster: *The creative process*. Mentor Books, N. York, 1955, 251 pp.

Gil Muñoz, Carlos: *Exploración de la imaginación*. Stvdivm Ediciones, Madrid, 1973, 127 pp.

Gloton, Robert; Clero, Claude: *La creatividad en el*

niño. Narcea, Madrid, 1972 [org. En francés, 1971], 221 pp.

Goldner, Bernard B.: *La estrategia del pensamiento creador*. Compañía Editorial Continental, México, 1964, 322 pp.

Gordon, William J. J.: *Sinéctica. El desarrollo de la capacidad creadora*. Herrero Hermanos, 1963 [N. York, 1961], 214 pp.

Gowan, John Curtis; Demos, George D.; Torrance, Ellis Paul (comps.): *Implicaciones educativas de la creatividad*. Ediciones Anaya, 1978 [1967], 351 pp.

Gretz, Karl F.; Drozdeck, Steven R.: *Aproveche la creatividad de sus empleados*. McGraw-Hill / Interamericana de México, México, 1993, 319 pp.

Grosman, Gustavo: *Permiso, yo soy creatividad*. Ediciones Macchi, Buenos Aires, 1988, 121 pp.

Guerrero, Ariel H.: *Curso de Creatividad. Personal. Científica. Gerencial*. Librería "El Ateneo" Editorial, Buenos Aires, 21992 [1988], 163 pp.

Guilford, J. P.: *La naturaleza de la inteligencia humana*. Editorial Paidós, Buenos Aires, 1977 [1967], 589 pp.

Guzmán, Miguel de: *Para pensar mejor. Desarrollo de la creatividad a través de los procesos matemáticos*. Ediciones Pirámide, Madrid, 21995 [1994], 350 pp.

Hare, A. Paul: *Creatividad y grupos pequeños. Productividad, consenso y acción no violenta*. Pirámide, Madrid, 1985 [1982], 253 pp.

Harman, Willis; Rheingold, Howard: *Máxima creatividad. Liberando al inconsciente para que irrumpen comprensiones*. Aletheia Editorial, Buenos Aires, 1986 [orig. en inglés, 1984], 292 pp.

Harrington, H. James; Hoffherr, Glen D.; Reid, Robert P.: *Herramientas para la creatividad. Cómo estimular la creatividad en los individuos y en las organizaciones*. McGraw-Hill Interamericana, Bogotá, 1999, 190 pp. Nota: Incluye el CD-ROM *Creative suspenders*.

Heinelt, Gottfried: *Maestros creativos – Alumnos creativos*. Editorial Kapelusz, Buenos Aires, 1985 [Friburgo, 1979], 119 pp.

Iriarte M., Francisca; Ivelic K., Radoslav; Águila S., Dora; Astudillo C., Eduardo; Gallardo B., Patricia; Thiermann W., Marlen: *En busca de nuestra creatividad*. Teleduc, Programa de educación universitaria a distancia, Instituto de Estética [Universidad Católica de Chile], Editorial Salesiana, Santiago, 1978, 130 pp.

Jennings, Sue y cols: *Terapia creativa*. Editorial

Kapelusz, Buenos Aires, 1979 [¿1974?], 174 pp.

Kirzner, Israel M.: *Creatividad, capitalismo y justicia distributiva*. Ediciones Folio, Barcelona, 1997 [Londres, 1989], 250 pp.

Khalfa, Jean (ed.): *¿Qué es la inteligencia?* Alianza Editorial, Madrid, 1995 [1994], 212 pp.

Klingler, Cynthia; Vadillo, Guadalupe: *Psicología cognitiva. Estrategias en la práctica docente*. McGraw-Hill Interamericana, México, 1999, 210 pp.

Koestler, Arthur: *The act of creation*. Dell Publishing / Laurel Edition, N. York, 1967, 751 pp.

Koestler, Arthur: *Jano*. Editorial Debate, Madrid, 1981, 435 pp.

Kris, Ernst: *Psicoanálisis y arte*. Editorial Paidós, Buenos Aires, 1955, 367 pp. E ilustraciones.

Krishnamurti, J.: *El estado creativo de la mente*. Editorial Kier, Buenos Aires, 61987, 319 pp.

Landau, Erika: *El vivir creativo. Teoría y práctica de la creatividad*. Editorial Herder, Barcelona, 1987 [Munich, 1984], 229 pp.

Leahey, Thomas Hardy; Harris, Richard Jackson: *Aprendizaje y cognición*. Prentice Hall International, Madrid, 41998, 561 pp.

Leclercq, René: *Historia de la heurística*. Universidad Nacional Autónoma de México, Suplementos del Seminario de Problemas Científicos y Filosóficos, N° 1, México, 1988, 25 pp.

Lonzi, Carla: "Ausencia de la mujer en los momentos exaltadores de las manifestaciones creadoras masculinas" [Milán, 1971]. *Escupamos sobre Hegel y otros escritos sobre Liberación Femenina*. Editorial La Pléyade, Buenos Aires [Italia, ¿1972?], pp. 129-133.

López, Ricardo; Mena, Isidora (eds.): *Las ovejas y el infinito. Contribuciones al estudio de la creatividad y la formulación de propuestas para el sistema educacional*. Corporación de Promoción Universitaria, Santiago, 1992, 310 pp.

López P., Ricardo: *La creatividad*. Editorial Universitaria, Santiago, 1999, 81 pp.

López P., Ricardo: *Prontuario de la creatividad*. Universidad Educare, Facultad de Educación y Ciencias Humanas, Santiago, 1999, 168 pp.

López Pérez, Ricardo: *Diccionario de la creatividad*. Universidad Central, Facultad de Ciencias de la educación, Santiago, 2001, 183 pp.

López Quintás, Alfonso: *Estética de la creatividad*. Ediciones Cátedra, Madrid, 1977, 464 pp.

- López Quintás, Alfonso: *El arte de pensar con rigor y vivir de forma creativa*. Asociación para el Progreso de las Ciencias Humanas, Madrid, 1993, 744 pp.
- Lowenfeld, Viktor; Brittain, W. Lambert: *Desarrollo de la capacidad creadora*. Editorial Kapelusz, Buenos Aires, 1961 [N. York, 1957], 2 tomos
- Machado, Luis Alberto: *La revolución de la inteligencia*. Editorial Seix Barral, Barcelona, <sup>3</sup>1976 [1975], 144 pp.
- Maclure, Stuart; Davies, Peter: *Aprender a pensar, pensar en aprender*. Editorial Gedisa, Barcelona, 1994 [1991], 286 pp.
- Majaro, Simon: *Cómo generar ideas para generar beneficios. La brecha creativa*. Ediciones Juan Granica en coedición con Javier Vergara Editor S. A., Buenos Aires, 1992, 396 pp.
- Marín Ibáñez, Ricardo: *La creatividad*. Ediciones CEAC, Barcelona, <sup>2</sup>1984, 162 pp.
- Marina, José Antonio: *Teoría de la inteligencia creadora*. Editorial Anagrama, Barcelona, <sup>7</sup>1995 [1993], 386 pp.
- Martínez Osorio, L.; Hernández Gómez, R. et al.: *La creatividad en la ciencia*. Ediciones Marova, Madrid, 1977, 123 pp.
- Matussek, Paul: *La creatividad. Desde una perspectiva psicodinámica*. Editorial Herder, Barcelona, 1984 [Munich - Zurich, 1974], 301 pp.
- May, Rollo: *La valentía de crear*. EMECÉ Editores, Buenos Aires, 1977 [1975], 213 pp.
- Mélik-Pasháev, Alexandr: *Manantiales de creación*. Editorial Progreso, Pequeña biblioteca de educación en la familia, Moscú, 1987, 328 pp.
- Menchén Bellón, Francisco: *Descubrir la creatividad. Desaprender para volver a aprender*. Ediciones Pirámide, Madrid, 1998, 206 pp.
- Miller, William C.: *The creative edge. Fostering innovation where you work*. Addison Wesley Publishing Company, U.S.A., 1987, 252 pp.
- Mitroff, Ian: *Cómo pensar con claridad. Descubra la ventaja competitiva de identificar los verdaderos problemas, plantearlos debidamente y aplicar soluciones apropiadas*. Grupo Editorial Norma, Bogotá, 1999 [San Francisco, California, 1998], 187 pp.
- Montorsier, Jean: "La biónica o el arte de copiar a la naturaleza". *Nuevo Planeta*, N° 3, Buenos Aires, Mayo-Junio 1970, pp. 31-44
- Morris, Desmond: *El libro de las edades*. Ediciones Grijalbo, Barcelona, 1985 [Londres, 1983].
- Mueller, Robert E.: *Inventiva. Espíritu creador en el arte y en la ciencia*. Editorial Limusa-Wiley, México, 1965 [N. York, 1964], 190 pp.
- Mummert, Ingo: *Madurez creadora. Proceso creativo en la crisis de la madurez*. Ediciones mensajero, Bilbao, ¿1982?, 147 pp.
- Muñoz Adánez, Alfredo: *Métodos creativos para organizaciones*. EUEDEMA, Madrid, 1994, 96 pp.
- Nicholls, Howard; Nicholls, Audrey: *Enseñanza creativa*. Editorial Diana, México, 1979 [Londres, 1975], 166 pp.
- Nickerson, Raymond S.; Perkins, David N.; Smith, Edward E.: *Enseñar a pensar. Aspectos de la aptitud intelectual*. Ediciones Paidós Ibérica, 1987 [N. Jersey, 1985], 432 pp.
- Novaes, María Helena: *Psicología de la aptitud creadora*. Editorial Kapelusz, Buenos Aires, 1981 [¿Río de Janeiro, 1973?], 92 pp.
- OCDE: *Organización creativa del ámbito escolar*. Ediciones Anaya, Madrid, 1983, 198 pp.
- Oerter, Rolf: *Psicología del pensamiento*. Editorial Herder, Barcelona, 1975, 542 pp. Parte tercera: "Creatividad" (caps. VII-XIII), pp. 303-513. □
- Oñativia, Óscar V.: *Percepción y creatividad. En el Arte, la Ciencia y la Infancia*. Editorial Hvmánitas, Buenos Aires, 1977, 229 pp.
- Parnes, Sidney J.: *Guía del comportamiento creador*. Editorial Diana, México, 1973 [N. York, 1967], 285 pp.
- Patrick, Catherine: "Pensamiento creador". En Guthrie, E. R. et al.: *Las funciones psicológicas*. Editorial Paidós, Buenos Aires, 1967, pp. 126-136.
- Pavlovsky, Eduardo: *Proceso creador. Terapia y existencia*. Ediciones Búsqueda, Buenos Aires, 1982, 93 pp.
- Perkins, D. N.: *Las obras de la mente*. Editorial Fondo de Cultura Económica, México, 1988 [Cambridge, 1981], 267 pp.
- Petrovski, Artur Vladímirovich; Berklinbit, Mijaíl Borísovich: *Fantasia y realidad*. Ediciones Pueblos Unidos, Montevideo, 1969, 169 pp.
- Porcher, Louis, y cols.: *La educación estética. Lujo o necesidad*. Editorial Kapelusz. Buenos Aires, 1975, 221 pp.
- Prina, Zulma Esther: *El arte y la creatividad en la escuela primaria*. Editorial Plus Ultra, Buenos Aires, 1986, 94 pp.
- Puente Ferreras, Aníbal: *El cerebro creador. ¿Qué hacer para que el cerebro sea más eficaz?* Alianza Editorial, Madrid, 1999, 443 pp. □
- Rath, Louis E.; Wasserman, Selma et al.: *Cómo*

*enseñar a pensar. Teoría y aplicación.* Editorial Paidós, Buenos Aires, 1971 [Ohio, 1967], 470 pp.

Rieben, Laurence: *Inteligencia global, operatoria y creatividad. Pruebas operatorias y pruebas de creatividad.* Editorial Médica y Técnica, Barcelona, 1979 [Neuchâtel, Suiza, 1978], 167 pp.

OCDE: *Organización creativa del ámbito escolar.* Ediciones Anaya, Madrid, 1983, 198 pp.

Rodríguez Estrada, Mauro: *Manual de creatividad verbal. Los procesos psíquicos y el desarrollo.* Editorial Trillas, México, 1985, 137 pp

Rodríguez Estrada, Mauro: *Creatividad verbal. Cómo desarrollarla.* Editorial Pax, México, 21989 [1987], 136 pp

Rodríguez Estrada, Mauro: *Mil ejercicios de creatividad clasificados.* McGraw-Hill Interamericana de México, México, 1995, 205 pp.

Rodríguez Estrada, Mauro; Gómez Rincón, Mercedes: *La mujer creativa. Psicología de la creatividad femenina.* Editorial Pax, México, 1995, 157 pp.

Rodríguez, María Josefina; Souza Santos, Manuel de: *Comunidad creativa.* Ediciones paulinas, Bogotá, 1990 [Sao Paulo], 134 pp,

Rogers, Carl R.: *Libertad y creatividad en la educación. El sistema "no directivo".* Editorial Paidós, Buenos Aires, 1978, 256 pp.

Rogers, Everett M.; Shoemaker, F. Floy: *La comunicación de innovaciones. Un enfoque transcultural.* Herrero Hermanos, México, 1974 [N. York - Londres, 1962], 385 pp.

Romo, Manuela: *Psicología de la creatividad.* Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1997, 177 pp.

Rougerreille-Lenoir, Françoise: *La creatividad personal.* Sociedad de Educación Atenas, Salamanca, 1974 [París, 1973], 158 pp.

Rozet, I. M.: *Psicología de la fantasía.* Akal editor, Madrid, 1981, 245 pp.

Sarton, Alain: *La inteligencia eficaz.* Ediciones Mensajero, Bilbao, 1983, 248 pp.

Seltzer, Kimberly; Bentley, Tom: *La era de la creatividad. Conocimientos y habilidades para una nueva sociedad.* Santillana, Aula XXI, Madrid, 2000, 122 pp.

Sikora, Joachim: *Manual de métodos creativos.* Editorial Kapelusz, Buenos Aires, 1979, 189 pp. □★

Singer, Linda R.: *Resolución de conflictos. Técnicas de actuación en los ámbitos empresarial, familiar y legal.* Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1996 [SanFrancisco y Oxford, 21994], 269 pp.

Sloane, Paul; MacHale, Des: *Súper Ejercicios de Pensamiento Lateral.* Juegos & Co., Buenos Aires / Zugarto Ediciones, Madrid, 1995 [1994], 155 pp.

Sloane, Paul; MacHale, Des: *Test de Pensamiento Lateral.* Juegos & Co., Buenos Aires / Zugarto Ediciones, Madrid, 1995 [1994], 109 pp.

[Solso, Robert L. (dir.)]: *Desarrolle su creatividad.* Grupo Grijalbo - Mondadori, Barcelona, 1994 [Alexandria, EE.UU, 1993], 144 pp. ★

Sprague de Camp, L.: *Grandes inventos y grandes inventores.* Editorial Hobbs - Sudamericana, Buenos Aires, 1967 [N. York, 1961], 349 pp.

Sternberg, Robert J.; Lubart, Todd I.: *La creatividad en una cultura conformista. Un desafío a las masas.* Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1997 [N. York, 1995], 333 pp.

Sternberg, Robert J.: *Inteligencia exitosa. Cómo una inteligencia práctica y creativa determina el éxito en la vida.* Ediciones Paidós Ibérica, Buenos Aires, 1997 [N. York, 1996], 285 pp.

Sternberg, Robert J.; Spear-Swerling, Louise: *Enseñar a pensar.* Santillana; Madrid, 1999 [¿N. York?, 1996], 145 pp.

Taton, René: *Causalidad y accidentalidad de los descubrimientos científicos.* Editorial Labor, Barcelona, 21973 [1967], 172 pp.

Telford, Charles W.; Sawrey, James M.: *El individuo excepcional.* Editorial Prentice/Hall Internacional, Madrid, 1973 [N. Jersey, 1972], 517 pp.

Thompson, Charles "Chic": *La gran idea. Guía práctica del pensamiento creativo.* Ediciones Granica, Barcelona, 1994 [orig. en inglés: 1992], 372 pp.

Tocquet, Robert: *Hombres, fenómenos y personajes de excepción.* Plaza & Janés Editores, Barcelona, 1985 [París, 1979], 367 pp.

Torrance, Ellis Paul: *Educación y capacidad creativa.* Ediciones Marova, Madrid, 1977 [Minessota, 1963], 234 pp.

Torrance, Ellis Paul: *Orientación del talento creativo.* Ediciones Troquel, Buenos Aires, 1969 [N. Jersey, 1962], 313 pp.

Torrance, Ellis Paul; Myers, R. E.: *La enseñanza creativa.* Santillana, Madrid, 1979 [1970], 387 pp.

Torre, Saturnino de la: *Educación en la creatividad. Recursos para desarrollar la creatividad en el medio escolar.* Narcea, Madrid, 1982, 319 pp.

Trocchio, Federico de: *El genio incomprendido.* Alianza Editorial, Madrid, 1999 [Milán, 1997], 379 pp.

Ulmann, Gisela: *Creatividad.* Ediciones Rialp, Madrid, 1972 [Alemania, 1968], 270 pp. □

Velasco Irigoyen, Mercedes: *Creatividad, sensibilidad y fantasía*. Ediciones Iberoamericanas QUORUM, Biblioteca Básica de Psicología Aplicada, Madrid, 1987, 141 pp.

Veraldi, Gabriel; Veraldi, Brigitte: *Psicología de la creación*. Ediciones Mensajero, Bilbao, 1979, 256 pp.

Vernon, P. E. (comp.): *Creativity*. Penguin Books, Inglaterra–Estados Unidos–Australia, 1970, 400 pp.

Watzlawick, Paul; Weakland, John H.; Fisch, Richard: *Cambio. Formación y solución de los problemas humanos*. Editorial Herder, Barcelona, 1985 [1974], 194 pp.

Weisberg, Robert W.: *Creatividad. El genio y otros mitos*. Editorial Labor, Barcelona, 1987 [1986], 211 pp.

Weeks, Dudley: *8 pasos para resolver conflictos*. Javier Vergara Editor, Buenos Aires, 1997 [1993], 347 pp.

Wertheimer, Max: *El pensamiento productivo*. Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1991 [N. York, 1945], 230 pp.

Weschler, Judith (editora): *La estética de la ciencia*. Editorial Fondo de Cultura Económica, Colección Breviarios, N° 310, México, 1982 [Cambridge, 1978], 334 pp.

Wujec, Tom: *Mentalmanía. Juegos y ejercicios para estimular la creatividad*. Editorial Atlántida, Buenos Aires – México [Canadá, 1995], 254 pp.

## PSICOLOGÍA Y PSICOANÁLISIS DEL ARTE Y LA LITERATURA

AA.VV. [Juan M. Azpitarte Almagro (comp.)]: *Psicoanálisis y crítica literaria*. Akal Editor, Madrid, 1981, 147 pp.

Anzieu, Didier et al: *Psicoanálisis del genio creador*. Editorial Vancu, Buenos Aires, 1978 [París, 1974], 314 pp.

Arteche, Miguel (comp.): *El proceso de la creación artística*. Antología. Editorial Nascimento, Santiago, 1977, 263 pp.

Bergler, Edmund: *Psicoanálisis del escritor*. Editorial Psique, Buenos Aires, 1954, 281 pp.

Brenot, Philippe: *El genio y la locura*. Ediciones B, S. A., Barcelona, 1998 [Francia, 1997], 286 pp.

Delacroix, Henri: *Psicología del arte*. Editorial "El Ateneo", Buenos Aires, 1951, 398 pp.

Drenikoff-Andhi, Iván: *El arte del inconsciente*. Monte Ávila Editores, Caracas, 1972, 123 pp.

Francès, Robert (comp.): *Psicología del arte y de la estética*. Akal Editor, Madrid, 1985 [París, 1979], 218 pp.

Freud, Sigmund; Boehm, Felix; Laforgue, René, et al: *Genialidad y neurosis*. Monte Ávila Editores, Caracas, 1977, 183 pp.

Galliot, Jean Le: *Psicoanálisis y lenguajes literarios. Teoría y práctica*. Hachette, Buenos Aires, 1981 [París, 1977], 285 pp.

Greenacre, Phyllis: *Estudios psicoanalíticos sobre la actividad creadora*. Editorial Pax–México, México, 1960, 210 pp.

Ingenieros, José: *La psicopatología en el arte*. Editorial Losada, Buenos Aires, 1990 [1920], 152 pp.

Kofman, Sarah: *El nacimiento del arte. Una interpretación de la estética freudiana*. Siglo Veintiuno de España Editores / Siglo Veintiuno Argentina Editores, Buenos Aires, 1973 [París, 1970], 207 pp.

Kogan, Jacobo: *El lenguaje del arte. Psicología y sociología del arte*. Editorial Paidós, Buenos Aires, 1965, 220 pp.

Köhler, W.; Koffka, K; Sander, F.: *Psicología de la forma*. Editorial Paidós, Buenos Aires, 1963, 130 pp.

Milner, Marion: "El psicoanálisis y el arte". Sutherland, J. D.; Winnicott, Donald W.; Bowlby, John, et al.: *El psicoanálisis y el pensamiento contemporáneo*. Editorial Paidós, Buenos Aires, 1962, pp.

Navratil, Leo: *Esquizofrenia y arte*. Editorial Seix Barral, Barcelona, 1972 [Munich, 1965], 197 pp.

Ruitenbbek, Hendrik M.(comp.): *Psicoanálisis y literatura*. Editorial Fondo de Cultura Económica, México, 1973 [N. York, 1964], 456 pp.

Sacristán, José M.: *Genialidad y psicopatología*. Biblioteca Nueva, Madrid, s.f.,

Schneider, Daniel E.: *El psicoanalista y el artista*. Editorial Fondo de Cultura Económica, México, 1974 [N. York, 1962], 377 pp.

Sörensen, Hans; Guiraud, Pierre; Mauron, Charles: *Tres enfoques de la literatura*. Carlos Pérez Editor, Buenos Aires, 1969, 83 pp.; Centro Editor de América Latina, Buenos Aires, 1971, 79 pp.

Trilling, Lionel: "Freud y la literatura" [1940, 1947] y "Arte y neurosis" [1945, 1947]. *La imaginación liberal. Ensayos sobre la literatura y la sociedad*. EDHASA, Barcelona, 1971, pp. 51-110 y 192-214. Nota: "Freud y la literatura" está incluido también –en una traducción diferente– en la antología compilada por Ruitenbeek (1973 [1964]) indicada más arriba.

Vigotski, Liev Semionovich: *Psicología del arte*. Barral

Editores, Barcelona, 1972 [Moscú, 1915-1922], 529 pp.

Weber, Jean-Paul: *La psicología del arte*. Editorial Paidós, Buenos Aires, 1966 [París, 1961], 162 pp.

Zito Lema, Vicente: *Conversaciones con Enrique Pichon Riviére. Sobre el arte y la locura*. Ediciones Cinco, Timerman Editores, Buenos Aires, 1976, 173 pp.

#### FILOSOFÍA DE LA CREACIÓN Y LA CREATIVIDAD

Berdiaev, Nicolás Alenxandrovich: *El sentido de la creación*. Ediciones Carlos Lohlé, Buenos Aires, 1978

[Moscú, 1914], 412 pp.

Bergson, Henri: *La evolución creadora*. Espasa-Calpe, Colección Austral, Madrid, 1973 [París, 1907], 319 pp.

Kogan, Jacobo: *Arte y metafísica*. Editorial Paidós, Buenos Aires, 1971, 237 pp.

#### MÍSTICA, METAFÍSICA Y OTROS

Prozor, Elsa: *La contemplación creadora*. Editorial Kier, Buenos Aires, 1946, 139 pp.