

# 1. NOCIÓN DE CREATIVIDAD

**Saturnino de la Torre**

En Torre S. y Violant, V. (2003) *Creatividad aplicada*. Barcelona: PPU/Autores

La creatividad, al igual que la comunicación, son un conceptos polisémicos, cargados de múltiples connotaciones educativas, sociales, psicológicas, filosóficas, artísticas, científicas... Ambos se adentran en el ser humano, se originan en la necesidad o problema, se desarrollan en la interacción de la persona con el entorno, y se consuman en la participación y proyección hacia los demás.

Los ejes vertebradores de la creatividad son la persona, el proceso, el ambiente o medio y el producto. Todos ellos forman como una espiral interactiva en torno al fenómeno de la creatividad. Por eso afirma S. de la Torre (1997, 154) que la creatividad se hace capacidad en la persona, estímulo en el medio, secuencia en el proceso y valor en el producto.

Los rasgos que mejor describen este concepto son: capacidad, sensibilidad, curiosidad, preparación, complejidad y flexibilidad respecto a la persona creativa; problematización, presencia de proyectos, incubación, aprovechamiento del momento referidos al proceso creativo; interacción, riqueza de estímulos, clima estimulante y distendido, intercambio de ideas con otras personas, respecto al ambiente o medio; novedad, variedad, valor o utilidad, reconocimiento, satisfacción, comunicación o expresión, referidos al producto. La interacción de todos estos rasgos no proporcionan una imagen aproximada de lo que queremos expresar con la palabra creatividad. No se trata de un concepto estático, sino dinámico, interactivo, de ajuste permanente entre el entorno y las inquietudes de la persona.

Hoy día se están ampliando las visiones personalistas y competenciales de la creatividad que predominaron durante el s. XX siendo cada vez más los autores que hacen referencia a una visión social, comunitaria, grupal y holística, entre los que cabe destacar a Goleman o cols. quienes hablan de “espíritu creativo” y de creatividad en las comunidades.

Para S de la Torre (2001) *la creatividad radica en la capacidad y actitud para dejar huella personal, institucional o social*. Esto comporta: a) un potencial personal o grupal, fruto de la interacción de componentes biológicos, socioculturales, psicoafectivos en los que la potencia mental asociada a la emocional resultan claves; b) una disposición o actitud abierta y flexible, dispuesta a aprovechar los estímulos del medio en relación a algún plan o proyecto en curso; a estímulos del medio con posibilidad de utilizarlos en el propio; c) comunicación o expresión de ideas, realizaciones o comportamientos que resultan originales, de interés personal, colectivo o bien social; d) proyección hacia los demás de algo personal, propio, capaz de impactar o cambiar algo en el entorno de las personas del entorno, ya sea en el ámbito empático, ideativo, técnico, artístico, científico, o de la vida cotidiana; e) y por fin un carácter social y ético.

Lo social es causa y efecto de la creatividad llegando a formar parte de su naturaleza (Torre, S. 2001b, 5) afirma su carácter ético por cuanto no es suficiente que un producto sea nuevo y original para ser creativo, sino que ha de ser congruente con los valores más universales.

Los cinco rasgos más relevantes para abordar hoy el concepto de creatividad, tanto en la investigación como en la práctica, son: complejidad, interactividad, diversidad, utilidad social, toma de decisiones.

Desde un punto de vista didáctico, la creatividad es un concepto que debiera ser abordado de forma curricular en los objetivos, como contenido formativo, como estrategia, en las actividades de aprendizaje y en la evaluación. De hecho, la creatividad si no se inserta en propuestas curriculares o proyectos que la integren desde los objetivos a la evaluación, se reduce a mera aspiración de buena acogida social. La creatividad requiera transformación, cambio en el sujeto y en los destinatarios. Por eso se habla de la *polinización de la creatividad*; esto es, la formación sistemática, dentro de un plan o proyecto, que permita desarrollar o aplicar lo aprendido en los propios entornos de estudio, trabajo y vida. No es suficiente con recibir sino que es preciso extender, transferir, aplicar.

La creatividad en tanto que contenido formativo, permite un amplio desarrollo de competencias y habilidades cognitivas, afectivas y actitudinales, pragmáticas y volitivas. Por eso el potencial formativo de la creatividad es superior a cualquier otro contenido curricular si se desarrollan estas facetas. Un programa de estimulación creativa completo, incorpora las dimensiones del ser, saber, hacer, querer o persistir, vinculadas a la persona, proceso, ambiente y producto.

#### Referencia Bibliográficas

- Torre, S. de la (1997) Creatividad y formación. México: Trillas  
Torre, S. de la (2001) Calendario de formación creativa. Barcelona: PPU.  
Torre, S. de la (2001b) Naturaleza social de la creatividad. Creatividad y Sociedad, nº 1.