

*Daniilo Donolo y
Romina Elisondo
(coordinadores)*

Estudio de creatividad

Las travesías de Alfonsina, de Astor,
de Julios y de Marías

Cuadernos de Bellas Artes / 10



Cuadernos de Bellas Artes – Comité Científico

Presidencia: Dolores Schoch, artista visual.

Secretaría: José Luis Crespo Fajardo, Universidad de Sevilla, US

Antonio Bautista Durán, Universidad de Sevilla, US

Aida María de Vicente Domínguez, Universidad de Málaga, UMA

Natalia Juan García, Universidad de Zaragoza, Unizar

Carmen González Román, Universidad de Málaga, UMA

Maria Portmann, Universidad de Friburgo (Suiza)

Atilio Doreste, Universidad de La Laguna, ULL

Ricard Huerta, Universidad de Valencia, UV

David Martín López. (Universidad de Granada, UGR -
Universidade Nova de Lisboa, UNL)

María Arjonilla Álvarez (Universidad de Sevilla)

Sebastián García Garrido (Universidad de Málaga)

* Queda expresamente autorizada la reproducción total o parcial de los textos publicados en este libro, en cualquier formato o soporte imaginables, salvo por explícita voluntad en contra del autor o en caso de ediciones con ánimo de lucro. Las publicaciones donde se incluyan textos de esta publicación serán ediciones no comerciales y han de estar igualmente acogidas a Creative Commons. Harán constar esta licencia y el carácter no venal de la publicación.

* La responsabilidad de cada texto es de su autor o autora.

Danilo Donolo y Romina Elisondo
(coordinadores),
Analía Chiecher y María Cristina Rinaudo

Prólogos de Rodolfo Parisí y
Francisco Javier Corbalán Berná

Estudio de creatividad

Las travesías de Alfonsina, de Astor,
de Julios y de Marías

Cuadernos de Bellas Artes / 10



10- *Estudio de creatividad. Las travesías de Alfonsina, de Astor, de Julios y de Marías*

Danilo Donolo y Romina Elisondo (coordinadores) |
Precio social: 14,40 € | Precio en librería: 18,75 € |

Editores: José Luis Crespo Fajardo y Samuel Toledano

Diseño: Samuel Toledano

Ilustración de portada: Alero de la Cueva de las Manos, Santa Cruz, Argentina. Fotografía de Pablo Donolo, tomada el 18 de enero de 2007 (nacimiento de Kiara)

Imprime y **distribuye**: F. Drago. Andocopias S. L.
c/ La Hornera, 41. 38296 La Laguna. Tenerife.
Teléfono: 922 250 554 | fotocopiasdrago@telefonica.net

Edita: Sociedad Latina de Comunicación Social – edición no venal
- La Laguna (Tenerife), 2012 – Creative Commons

<http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/portada2012.html>

<http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/CBA.html#10>

Protocolo de envío de manuscritos con destino a CBA.:

http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/protocolo_CBA.html

ISBN-13: 978-84-15698-14-2

ISBN-10: 84-15698-14-3

D. L.: TF-1.189-2012

Los autores agradecen especialmente a las siguientes instituciones que orientan y promueven el estudio y el desarrollo de la ciencia y de la investigación en Argentina:

Reconocemos a la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica (ANPCyT-FONCyT) la evaluación y aprobación de los proyectos de trabajo PICT presentados por el equipo de investigación; al igual que al Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Provincia de Córdoba y a la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad Nacional de Río Cuarto (Argentina). Estas instituciones financiaron nuestros programas y proyectos de investigación.

Y al Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), el prometedor aporte a la formación superior de recursos humanos a través del programa de becas con el que fuimos beneficiarios con una plaza. En parte, los resultados del proyecto de beca, se exponen en el libro de Creatividad.



Índice

Prólogos

Lo estético y lo científico en la creatividad [9]

Rodolfo Parisí

¿Por qué tomamos sopa? [13]

Francisco Javier Corbalán Berná

Capítulo 1

Inteligencia-Creatividad

(y la escuela) [17]

Danilo Donolo y María Cristina Rinaudo

Capítulo 2

La creatividad en personas comunes. Potencialidades en contextos cotidianos [47]

Romina Elisondo

Permisos e inicios [47]

Sección teórica [60]

Sección empírica [100]

Estudio 1: creatividad con minúsculas [100]

Estudio 2: Creatividad con mayúsculas [193]

Sección más allá de las mayúsculas y las minúsculas [316]

Consideraciones finales [337]

Capítulo 3

Intentos de creatividad en la Educación Superior [391]

Analía Chiecher



Prólogo

Lo estético y lo científico en la creatividad

Este libro trata un campo complejo, el de la “creatividad”, desde innumerables interrogantes que abordan diferentes escenarios, para ir luego desmenuzando el tema, y así tejer una trama que se va concentrando en situaciones concretas de diversas actividades humanas. Se nutre de una adecuada escritura y un sentido con múltiples sentidos, en términos del objeto estudiado y sus variados concomitantes.

Cuenta con una intensiva búsqueda bibliográfica que denota el valioso conocimiento que ha volcado en el trabajo la autora, con diversas fuentes, que -de alguna manera- contribuyen al esmero puesto en la profundización del discernimiento y de los detalles que posee la creatividad y sus variadas formas. De esta manera, el libro constituye un aporte meritorio al desarrollo de los contextos educativos en relación con el tema/problema/interrogantes de la creatividad, sus resultantes y las inquietudes que conlleva su construcción como significado social, cultural y político.

El libro deja traslucir, por otra parte, una palpable coherencia interna, una prolija escritura y una sintaxis adecuada.

El lector encontrará que los análisis y desarrollos teóricos están unidos –inseparablemente– a los conocimientos empíricos logrados. Esto es debido a que la autora realiza un acercamiento al conocimiento de la creatividad en sentido literal. Es decir, se acerca a la creatividad y para ello, a los contextos sociopolíticos, educativos, culturales. Entra en contacto con la creatividad como forma de revisarla y hacerla inteligible en fenómenos sociales, psicológicos, culturales, que se están desarrollando en la actualidad, en contextos particulares, pero que generan conocimientos con características universales. Esto le da un plus de contemporaneidad, que se sostiene desde un andamiaje plural con claridad epistémica.

El desarrollo del libro ha sido, por tanto, insertado en el contexto sociohistórico en que se produce. Y me refiero a un contexto social como una variable en si misma, que tiene efectos muy claros sobre los análisis que la autora realiza sobre la creatividad y toda la gama de riqueza con que los expresa.

Las citas a frases, comentarios, poesías, le dan un toque que supera -desde lo estético- lo científico, para enlazar la ciencia con el arte y lograr un producto finamente equilibrado, ameno para su lectura, sin que eso le haga perder una sola línea de sus objetivos y finalidades. Y producir arte cuando se produce conocimiento no es tarea sencilla. Una mente y un cuerpo inquietos, profundos y profusamente creativos logran envolver a la creatividad para interrogarla a fondo, para dejarla por momentos en sitios

desconcertantes y para sustraerla de los “genios” y, a través de un proceso de acercamiento, convertir en genios a las personas comunes.

Dr. Elio Rodolfo Parisí

Universidad Nacional de San Luis. Argentina

San Luis, diciembre de 2012



Prólogo

¿Por qué tomamos sopa?

La Tesis Doctoral de Romina Cecilia Elisondo que lleva por título “La creatividad en personas comunes. Potencialidades en contextos cotidianos” constituye, en mi opinión, un texto absolutamente imprescindible para el estudio actual sobre la creatividad. Resulta sorprendente cómo la autora ha sido capaz de integrar en un texto de lectura tan apasionante, tanto toda la información relevante, completamente actualizada, de los estudios sobre creatividad, como por otra parte una serie de trabajos empíricos muy ambiciosos y particularmente cuidados desde el

punto de vista metodológico, sobre la creatividad de personas concretas, tanto de gente corriente, como de grandes creativos.

Este libro, pues, va mucho más allá de lo que por su dimensión y sobre todo por su alcance, se espera de una Tesis Doctoral. Es una obra que servirá de referencia para la posterior consulta de otros investigadores que se adentren en el campo de la creación y busquen ser guiados con precisión en esta creciente área del conocimiento. La revisión del “estado del arte” que se hace no es sólo un repaso a lo más significativo y actual, sino también una propuesta de clasificación y orden aplicados a multitud de investigaciones que son expuestas con precisión y claridad. Y por otra parte, sus aportaciones en el estudio empírico, no son sólo un dato a sumar a lo habido en otros trabajos, sino que inauguran un estilo y una metodología de aproximación al fenómeno de la creatividad que apunta a un nuevo enfoque de evaluación del mismo.

Es difícil encontrar en una tesis doctoral un texto que entusiasme, pero confieso que a mi este me ha resultado apasionante, tanto por lo eficiente de su propuesta como por lo amigable de su lectura, y me ha sorprendido la capacidad de la autora de poder llevar adelante todo ello en apenas doscientas páginas. Conozco a Romina Elisondo desde hace tiempo y se de su valía profesional como investigadora, también a su Director de tesis, el Dr. Danilo Donolo, al que admiro profundamente como investigador. Pero confieso que esta vez su trabajo me ha conmovido y creo que nos ayuda a vislumbrar nuevas perspectivas para acercarnos al mundo de la creatividad con renovado entusiasmo.

Como dice la autora, “en la Argentina, los estudios de la creatividad se encuentran en una fase inicial, se han logrado algunos avances, y sin embargo queda mucho camino por recorrer. La presente investigación pretende aportar en la construcción de este camino y generar interrogantes y lineamientos para futuros estudios en el campo” (p. 196 y 197). En mi opinión se trata de un objetivo plenamente alcanzado y debemos felicitar a autora y director por ello.

La creatividad es la fuerza y la inspiración que arrancó a la humanidad de su hábitat en los árboles de la selva y nos llevó a la sabana primero, a las cavernas después y más tarde a los poblados, a las ciudades y a las civilizaciones. La creatividad es la que ahora nos impulsa hacia la frontera espacial y también hacia la frontera interior de mejora de nuestras sociedades y lucha contra las plagas que todavía nos azotan. Es la creatividad la que nos ha dado el arte y la ciencia, el concepto de libertad, y el de derecho. La creatividad es la que nos ha hecho concebir que el mundo es mejor si nos empeñamos en buscar la ética y la justicia. Y todo ello nace de la temprana capacidad humana de hacer(nos) preguntas. Los niños se estrenan muy pronto en ese arte y ello ayuda a construir a alta velocidad su psiquismo. Los adultos que logran seguir haciendo preguntas, a pesar de haber podido sufrir muchas dificultades por ello, son fuente de transformación para todos y de avance social, científico y artístico. Son las personas que nos inspiran y nos conmueven. Son las personas que nos hacen querer ser mejores. Pero resulta, y esta Tesis habla de ello con propiedad, que esas personas también somos todos nosotros, ya que la creatividad está al alcance directo de las personas comunes y en los contextos cotidianos. Tan al alcance como lo está nuestra gratuita e inagotable capacidad de preguntar.

Dr. Francisco Javier Corbalán Berná

Universidad de Murcia. España

Murcia (España), diciembre de 2012



Inteligencia – Creatividad (y la escuela)

Danilo Donolo

María Cristina Rinaudo

Entre otros, dos temas son recurrentes en las consideraciones y estudios de inteligencia asociados a creatividad. Por un lado, el ejemplo que constituye la vida y las iniciativas de los creativos sobre las personas en general; y, por otro el interés reiterado por mostrar la antinomia pendular por la que la sociedad con el paso del tiempo se torna, sin razón evidente, más creativa e inteligente o por el contrario queda de innovación y menos perspicaz.

I. Guillermina Martínez fue alumna de la licenciatura en psicopedagogía dictada para el Instituto Domingo Cabred - Córdoba- hace más de 10 años... En aquella oportunidad asistía a un curso de metodología de la investigación. Su preocupación radicaba en que su próxima maternidad le haría abandonar su formación académica y profesional para atender la excitante y absorbente vida familiar con niños. Y la situación la sumía en una preocupación ambivalente con expectativas en la familia como contrapartida a la formación profesional continua. Hace unos días tuvimos noticias de ella haciendo una maestría en metodología de la investigación. Ella trajo el recuerdo de lo que le habíamos dicho en aquella oportunidad. “tiene una vida por delante. Muchos creativos destacados en sus campos de trabajo lo habían hecho. Tome por ejemplo a Marta Graham, mencionada en el libro de las inteligencias múltiples de Gardner, que comenzó como bailarina a una edad inusualmente elevada para la actividad. Ella triunfó como bailarina y ya muy mayor de edad como diseñadora de coreografías originales”.

II. Contó Marcos¹ que cuando iba al secundario tenía un compañero muy avezado en matemáticas. Pasaba con él algunas horas de biblioteca resolviendo problemas varios. Lo que más le gustaba era cómo el compañero tomaba la iniciativa en la resolución mucho antes que los demás pudieran terminar de leer siquiera la consigna... Pero mucho más le llamaba la atención cuando a un punto de la resolución el chico decía... no no! por aquí no va la respuesta y volvía sobre sus pasos mucho antes de que los demás se dieran cuenta de dónde podría estar el fallo en la argumentación. Muchos compañeros decían... pero si vas bien... por qué no seguís y así terminamos... Pero él insistía en que por

¹ Han pasado muchos años ya y puede que el recuerdo no sea muy exacto en los detalles pero todavía recupera fielmente la idea de inteligencia sensible a indicios y argumentos que pueden dar atisbos de solución incluyendo la imaginación sumada al conocimiento. Consulté con Marcos Donolo el hecho, y la respuesta recuperó vagamente datos imprecisos, sin embargo fue motivo de evocación de las emociones significativas de aquellos tiempos.

ese camino no había solución. Claro, los más ansiosos por salir del enredo persistían y varios pasos más adelante se encontraban con que el camino tomado tenía una barrera infranqueable. Anticipar los resultados antes de darse de narices es una característica de los creativos.

III. Matías Loewy²-*Newsweek* Argentina nos escribió un email el 27 de julio de 2010 en los siguientes términos:

“Estimados Danilo y Romina

Soy editor de la revista *Newsweek* Argentina, estoy preparando una nota de tapa sobre la crisis de creatividad, basada en una nota que publicó la revista en USA hace dos semanas (<http://www.newsweek.com/2010/07/10/the-creativity-crisis.html>). Estuve hablando con varios expertos argentinos en el tema, como Viviana Lemos, Gabriela Krumm y María Luisa Porcar, leí el trabajo que publicaron en *Anales de Psicología* (Creatividad para todos....) y me encantaría que pudieran responderme de forma muy breve las siguientes preguntas, antes de las 16 hs. de hoy martes. Desde ya, ¡muchísimas gracias! Si prefieren que los llame para charlar 10 minutos, por favor, avísenme. Desde ya, les pido disculpas por la premura, pero me pasaron este paper anoche y no quiero dejar de incluir su perspectiva.

1) En la aplicación del test CREA, ustedes hablan de ‘baremos’, que entiendo son puntos de comparación o medias. ¿Ustedes han sido capaces de detectar un aumento o descenso longitudinal de la creatividad en los chicos, medido mediante esa herramienta? ¿Hay otros datos en Argentina que sugieran alguna tendencia? (En EEUU, con el test Torrance, cuenta la nota de *Newsweek*, se han detectado caídas de la creatividad durante los últimos años).

² Se trató de una invitación a Danilo Donolo y a Romina Elisondo.

2) El ‘grupo particular’ que ustedes reportan en 2007 parece medir más alto en el test de creatividad que lo esperado. ¿Tienen alguna hipótesis? ¿Podrían ser chicos más estimulados en la escuela, por ejemplo?

3) Si no entendí mal, ustedes sugieren que el test CREA se adapte a la edad, porque los chicos de 9 a 11 años responden mejor (o ‘dan mejor’) que los de 7 a 9. ¿Es un problema de la herramienta de medición, o puede ser que, efectivamente, y en contra de los que se supone, los chicos pueden aumentar su creatividad con los años?

4) Una última pregunta: ¿hay un límite de edad para fomentar la creatividad fuera del aula?, ¿si se pierde la oportunidad durante la infancia, esa ‘aptitud’ luego no se recupera?, ¿alguna sugerencia práctica para, por ejemplo, nuestros lectores?

Otra vez, ¡muchas gracias!”

La consideración publicada en *Newsweek* fue acotada a los requerimientos editoriales y por eso aprovechamos esta oportunidad para recuperar la información que es pertinente con la preocupación general recurrente sobre la inteligencia, su desarrollo y la creatividad en sus manifestaciones. Así a la primera cuestión contestamos:

El CREA³ es un instrumento diseñado para medir la inteligencia creativa. El subtítulo del trabajo relaciona los resultados de los sujetos en el test a la evaluación cognitiva de la creatividad. Esto es, la creatividad se postula como asociada con algún nivel de lo que generalmente se entiende por inteligencia; por eso aceptamos que cualquier instancia de manifestación

³ El CREA es un test publicado por editorial TEA y destinado a la medición de cognitiva de la creatividad. La referencia completa es: Corbalán - Martínez - Donolo - Alonso - Tejerina - Limiñana 2003 CREA – Inteligencia Creativa. Una medida cognitiva de la creatividad. (co-autor). Editorial TEA Madrid. ISBN 84 7174 738 3

creativa está comprometido por un dominio de conocimiento en un área del saber, sea éste teórico o práctico y no solo artístico o plástico.

El indicador de creatividad está dado por la cantidad de preguntas que se puede hacer el sujeto ante un estímulo definido por una lámina y en un tiempo limitado. Hacer preguntas es una actividad que concentra, en un momento, la capacidad de percepción de una situación, el conocimiento que sobre un tema se tiene disponible y la habilidad de encontrar sentido y posibilidades ante situaciones dadas que son particularmente estimulantes. En definitiva, de ver creativamente las alternativas de una situación en las que se entrelazan motivación, conocimientos e interés.

Aplicamos el CREA en una muestra amplia de más de 3000 casos, en los que tuvimos en cuenta diferentes edades (de 6 a 80 años) y niveles de escolaridad. Las diferencias encontradas en el CREA parecen estas más asociadas al nivel de escolaridad que a la edad de los encuestados. El punto muestra que la escuela realmente tiene una influencia significativa en este aspecto pues define un contexto en el que el conocimiento y las formas de expresarlo son importantes. Brindar conocimientos actualizados y fomentar el desarrollo de la lógica de la argumentación en el decir tendrían claros efectos sobre las manifestaciones de la inteligencia creativa.

Sin embargo, en el caso de los niños observamos marcadas diferencias en las producciones entre los 6-8 años y los de 9-11, posiblemente estas diferencias estén asociadas a las distintas etapas evolutivas de desarrollo del lenguaje y el pensamiento infantil. El lenguaje, aún en aquellos niños que provienen de ambientes permisivos y altamente estimulados, es una restricción que deben superar para poder formular una pregunta. Por otro lado, el pensamiento infantil que evoluciona muy rápidamente en períodos tempranos, promete progresos constantes asociados a la capacidad de poder evocar cosas que no están presentes en nuestros sentidos; es decir, habilitan un espacio para la imaginación que es,

en el decir de algunos estudiosos como Ken Robinson, la fuente o la caldera interior en la que se basa casi todo proceso creativo.

En este sentido, proponemos construir baremos diferenciales para cada una de estas etapas evolutivas que garantizan la comparabilidad de los datos para los distintos estadios de desarrollo mental.

No hemos realizado estudios longitudinales que den cuenta de aumentos o descensos en las capacidades creativas de los niños. Sin embargo podemos afirmar que cada época tiene formas particulares de imaginar y de ser creativos e inteligentes. Los abuelos que se maravillan cuando sus nietecitos usan la tecnología que a ellos le es casi inalcanzable (al menos de acceso comprometido) y lo reconocen: qué inteligente es esta niña con su edad, o este niño en sus juegos, no están diciendo más que aceptando que son imaginativos, inteligentes y creativos en el entorno en el que nacieron, se criaron y tuvieron sus sensaciones y experiencias. Ser inteligentes hoy no es lo mismo que hace 10 años o 20. Tal vez, las variaciones observadas estén asociadas a modificaciones en los *entornos* en los que se desempeñan los sujetos. Entendemos que la creatividad es una capacidad de las personas que está altamente circunscripta y condicionada por las oportunidades que se ofrecen en los diversos *contextos* de interacción. No nos referimos con contextos o entornos solamente al campo de una disciplina o de un saber, los entendemos como los ambientes “naturales” en los cuales cada generación nace, produce y deja su lugar a la descendencia.

En otro orden de cosas, las afirmaciones como que la inteligencia media ha disminuido o aumentado, al igual que las expresiones referidas a creatividad con respecto a comparaciones entre pueblos, género, grupos sociales, edades y demás, son siempre relativas a estudios muy particulares y circunscriptos. Cuando media mucho tiempo entre un estudio y otro, o cuando los sujetos incluidos en la muestra han sufrido disminuciones, o cuando las situaciones inicial y final son muy diferentes o han cambiado mucho, los resultados deben ser interpretados con mucha cautela. También los grupos estudiados son pequeños (por

grande que sea la muestra estudiada) en relación con la población a la que refieren. Las diversidades de las poblaciones son también claras como para poder decir que algo aumenta o disminuye, cuando lo que se considera es un solo atributo o cualidad... Claro que hay que hacer esos estudios y también que sus resultados son indicadores o promedios o marcan tendencias.

Sin embargo, la más de las veces no nos autorizan a afirmar que las mujeres son más inteligentes que los hombres, o que la creatividad ha disminuido entre dos generaciones. Un toque de cautela puede ser bienvenido para morigerar espíritus exaltados que generalmente, conviene destacar, no son los de los investigadores.

Dispuesto a jugar unas fichas, me atrevería a por lo menos dos afirmaciones respaldadas por algunos hechos de la realidad, por cierto local, para marcar un contexto de Argentina y en creatividad. Por un lado, el aumento considerable de eventos culturales y científicos muestra a las claras muchas mentes creativas trabajando esforzadamente. Y por otro lado la definición de ambientes creativos por parte de personas e instituciones, muestra a las claras que hay espacios y creativos para llenarlos.

Veamos solo algunos ejemplos. Innovar es una institución gubernamental que desde hace 5 años nuclea a creativos e innovadores -reconocidos y por conocer- para que muestren sus obras. Es una iniciativa oficial por patrocinar un ambiente y mantenerlo abierto para que año a año la gente que tiene algo interesante que mostrar tenga un espacio para hacerlo. Que el número de piezas de innovación y creativas aumente año a año, y que para el 2009 se haya creado un espacio para ideas y para ciencias sociales, es muy auspicioso para ver que creatividad e innovación no están en merma sino que hay esfuerzos sostenidos por mantenerlos y por mostrarlos. De este comentario destaco la cantidad de ideas disponibles y también la consolidación de intercambio entre los creadores.

Algunas escuelas han ponderado el espacio de creatividad promoviendo actividades extracurriculares que promueven la competencia y la calidad. La creación de ministerios de ciencia y

tecnología y la revalorización de las ferias se ciencia son un ejemplo de espacios para expresar la creatividad y la iniciativa.

Muchas fábricas e instituciones tienen sus departamentos de desarrollos. Otras hacen las publicidades que son más sutiles y finas. Aquí también hay mucho cerebro puesto en juego.

Programas de televisión destacan hechos y descubrimientos de las últimas dos décadas o redescubren y reinterpretan acontecimientos del pasado, sin dejar áreas del hacer, del saber y del conocimiento teórico y de acciones prácticas, éticas o estéticas sin explorar. Claro se podrá aducir, que no tengo mediciones particulares sobre cada asunto. Y es cierto, y como tengo que salir del paso... *si el río suena...*

En el fondo estoy más dispuesto a aceptar que cada tiempo y cada cultura tuvo toda la inteligencia y toda la creatividad que le permitieron desarrollar sus vidas y sus culturas. No fueron más o menos creativas que otras... solo que en la actualidad apabulla tanta manifestación de inteligencia y creatividad.

La segunda cuestión es muy clara en cuanto a los requerimientos de los alcances y posibles modificaciones que pueden afectar la medición de la creatividad como su expresión sustantiva en obras específicas. Así fue la respuesta en este caso:

La mayor estimulación escolar y extraescolar es la hipótesis que planteamos para explicar los resultados de este grupo particular. Pero no es solo la escuela la que tiene el mérito –sin desmerecer en nada su contribución sistemática y sostenida-; lo que llamamos nosotros ambientes *naturales* son los que por la mayor distribución de los bienes culturales, sociales, científicos y de descubrimiento dan una cobertura mayor a todos los que participan de una sociedad impregnándolos con formas de ser y de sentir. La posibilidad de ejercitar mayores libertades, de disentir, de tomar caminos y atajos impensados, ayudan a que la gente se anime a preguntar más, se anime a tomar riesgos... y estas condiciones son las que abonan el camino de la creatividad.

En un interesante estudio de Elisondo⁴ sobre biografías de creativos argentinos del siglo XX, asoma claramente de manifiesto el valor de los ambientes en la vida y en el progreso de los personajes. Y para mostrar una perla más, esos ambientes no son unitarios o parecidos, muestran tantas diferencias y tantas sutilezas que diría que han sido dibujados para cada uno de esos representantes. Y es justamente por esas diferencias que los protagonistas creativos aparecen como únicos e irrepetibles.

Aunque no solo los ambientes creativos garantizan resultados creativos. Cada individuo tiene que tomar la iniciativa para ser creativo. En un congreso sobre creatividad, Robert Sternberg afirmó que el componente central para ser creativo era la decisión de la persona por ser creativa. Llamó la atención en el público experto tal enunciado vacío de otros componentes. Pasado algún tiempo hemos recapacitado sobre el punto y reconsiderado los alcances. Y no es menos cierto que hemos de darle la razón. No hay ambiente cultural, ni social, ni científico, ni instrumentos o tecnologías disponibles que sean tan prometedores como la decisión personal por tomar riesgos, corregir, rectificar, consolidar una idea, un desarrollo, una propuesta. La motivación del creativo aparece una y otra vez en los tiempos de bonanza como en los tiempos de desafíos, de fracasos, de falta de recursos y de reconocimientos, de adversidad. Muchos de las biografías de los creativos argentinos reflejan esa consistencia de personalidad que los hizo únicos.

No solo el ambiente es un factor de cambio en los resultados en los tests de creatividad y de inteligencia. También la edad puede ser un condicionante para mejorar esas capacidades, al menos en los períodos de la escolaridad primaria y media en los que a los estímulos del medio y una febril actividad cerebral se asocia la exquisita sensibilidad de los sentidos para captar sutilezas y matices de referencia e interacción. En este sentido algunas referencias técnicas intentan controlar los desatinos más evidentes y otros encuadres de la toma y aplicación atienden a las diferencias

⁴ Es la Tesis de Doctorado de Romina Elisondo que estamos presentando.

individuales. Nuestra respuesta sigue asociada a esas ideas y es la siguiente:

Creemos que tienen que ver con la herramienta de medición y los procesos evolutivos de desarrollo del pensamiento y el lenguaje infantil. Creemos que es necesaria la confección de baremos diferenciales según edad de los niños para una mejor comprensión de los datos obtenidos a partir del CREA. Como se puede ver, una cosa es el instrumento que permite entender algo más de la inteligencia creativa y que como tal tiene sus restricciones; otra es la idea misma de considerar la capacidad y la fluidez para hacer preguntas como un indicador de creatividad. Y una tercera tiene que ver con el uso apropiado del instrumento.

Nos interesa destacar la potencialidad de la idea porque nos ayuda a ver cuánto puede hacer la educación por la creatividad. La creatividad no es un don y menos aún, gratuito. Hay que ganarlo cada día con la decisión inicial de querer hacer algo distinto. También se distingue de un voluntarismo ciego, pero tiene que tener algún componente de irracionalidad inicial que lo invite a algo distinto a lo que está vigente. Ya tenemos un componente, el personal.

Un segundo componente, un ambiente rico en experiencias y permisivo para equivocarse. La posibilidad de un ambiente en el que se permitan hacer preguntas resume en parte el participar en un ambiente rico y permisivo. En este sentido, las escuelas deberían ser la vanguardia de las innovaciones y ser ejemplo de esos ambientes. Las quejas y los *no se puede*, deberían dar lugar a respuestas más creativas sin ir más lejos.

El conocimiento y la diversidad de posiciones, son el tercer elemento para apoyar a los espíritus creativos. No a todos en la misma medida –no suena bien para una escuela que quiere dar a todos por lo menos lo mínimo-; sí a todos para que puedan tener intereses y formas de desarrollarlos. Marvin, el cuento de Gustavo Nielsen, lo expone con propiedad:

“[El mago] Buscó las tres cajas vacías que había dejado en el suelo, al principio del acto. Puso una a la derecha y dos arriba, formando un prisma mayor. El silencio del aula podía cortarse con un abrecartas. Se paró delante de las puertas. Abrió la de antes. Anita seguía ahí. Abrió la del costado y las dos de arriba.

Cuatro cabezas.

- Uau... -dijeron las bocas de los catorce chicos. - Hola -repitió Anita, ahora por cuatriplicado.

- Esto no es magia -dijo Marvin-, es lo que había dentro de Anita. Yo no hice otra cosa que sacarlo afuera, para que ustedes también lo pudieran ver. Aunque existe un problema.

- ¿Cuál? -pregunté. Los chicos me miraron.

- El desorden -me contestó-. El problema de Anita es el desorden. Las cabezas en Anita no están puestas como verdaderamente deben estar. Por causas ajenas a ella extraviaron sus caminos y rotaron entre sí en sus posiciones.”

¡A cada uno en su medida!”

La preocupación final presentada por el Editor de la Revista *Newsweek* requiere apropiadamente sobre el *último tren* con destino a la estación Creatividad. Las preguntas refieren a si hay un límite de edad para fomentar la creatividad fuera del aula; y, a si se pierde la oportunidad durante la infancia, esa *aptitud* luego no se recupera. Y por alguna indicaciones y sugerencia prácticas para los lectores.

No creemos que haya límites para fomentar la creatividad dentro y fuera de las aulas. Asimismo, entendemos que la creatividad es una potencialidad de todas las personas que puede ser desarrollada en diversos contextos y acciones. Los resultados de nuestros estudios señalan que las actividades de ocio representan oportunidades para el desarrollo de la creatividad de personas adultas. Los entrevistados han mencionado que la

participación en diversas actividades culturales, artísticas y comunitarias les permite desarrollar sus capacidades creativas. En los contextos educativos, observamos que las actividades extra-curriculares son las que más promueven la creatividad de los alumnos.

Algunos ejemplos que aporta Csikszentmihalyi en sus estudios y escritos muestran una gran variedad de historias de creativos al igual que las biografías de creativos argentinos. La edad no marca la diferencia, el aprovechar la oportunidad, sí. También es importante comprender que no se es creativo en todos los ámbitos de la vida en las que uno se desempeña. Los creativos actuales lo son generalmente en un saber o conocimiento. Dicen que fue Leonardo el último creador en tener tanto conocimiento acumulado en su historial. Ahora solo podemos tener los hilos de los avances de algún conocimiento muy puntual, y los aportes se hacen justamente en esas super especializaciones. Basta leer a diario las noticias de divulgación científica para tener evidencias acerca de cuantas cosas no sabemos ni siquiera los rudimentos, tanto como para hacernos sentir que cada vez nos volvemos más ignorantes. De cualquier modo, creo que podríamos acordar en un pacto faustiano⁵, dar casi cualquier cosa por ser un poco más creativo...

IV. Sí!, Las preguntas son una fuente inagotable de ideas y de ocurrencias fructíferas. Aún aquellas más complejas y hasta absurdas o mal formuladas y de contenido vago, son motivo de atención, promueven la imaginación, inspiran el pensamiento y generan acción.

⁵ De la obra de Goethe, *Fausto*. Relata el trato con el diablo, de un estudioso, insatisfecho con su pasar. El pacto consistía en que Fausto entregaría su alma a cambio de sabiduría ilimitada, fortuna, fama y reconocimiento. Si bien puede ser atrayente el trato, la sugerencia de los creativos e innovadores es que conviene que la musa inspiradora te encuentre en tu taller, trabajando; y que *seguir remando*, es la mejor manera de conseguir un cerebro despierto para ver la oportunidad.

En la vida diaria y hasta diría rutinaria para ser más ajustado en el concepto, las preguntas que nos hacen, que hacemos y que nos hacemos toman mucha de la energía de relación. Podemos suponer que las preocupaciones más triviales no permiten más que fugaces apariciones de destellos en formato de preguntas... Sin embargo a poco de andar podemos estar inquiriendo acerca de cuestiones relevantes o cotidianas, no por trilladas menos importantes: ¿qué comemos hoy?, ¿cuál es el camino más rápido a casa?, ¿arreglo el cuerito de la canilla o compro tiempo y se lo encargo mañana al plomero? U otras que por preocupación propia, por importancia social o por repercusión general son instancias de comentarios, reflexiones y argumentos variados: ¿una aspirina diaria previene el infarto, controla el cáncer o retarda su aparición?, ¿las bibliotecas virtuales y sus complementos en libros electrónico harán desaparecer los documentos en papel durante el período de mi vida?, ¿solo podré leer el diario en *tablets* u otros dispositivos que habiliten el recurso virtual?, ¿el mundo de Internet es más innovador e interesante que la misma realidad?

¿Hay áreas de actividad más proclives a la creatividad humana? ¿Por qué se manifiestan más frecuentemente en algunos aspectos que en otros? Y a modo de ejemplo sagaces

¿Qué son los memes y los memes-cats, y los virus buenos?

¿Por qué hay años bisiestos?

¿Los niños con hiperactividad lo son porque quieren o porque pueden justificar una acción química en el cerebro que activa desempeños adicionales?

¿La motivación y la recompensa activan funciones cerebrales y afectivas comprometidas en la inteligencia y en la creatividad?

¿Cuánto pueden mejorar nuestras relaciones con aportes de las nuevas neurociencias y el conocimiento de las funciones cerebrales asociadas a actuaciones automáticas de conservación de la vida funcional, de la vida afectiva y en la comprensión del mundo y del universo?

¿Cómo se manifiesta la inteligencia colectiva y por qué la creatividad es casi siempre individual?

¿Están relacionados el sentido del humor con la inteligencia y la creatividad?

Dado que la biología en su estudio del genoma de los seres vivos encuentra que solo el 2% de los genes humanos son distintos a los de los gorilas, ¿cuáles son los que hacen la diferencia en la oposición del pulgar, caminar erguido, usar con ductilidad el cerebro y crear obras de arte?

¿Pueden las hormigas ayudarnos a generar sistemas flexibles para atender las necesidades de comunicación, información y transporte de mercaderías reales y virtuales?

¿Cuándo duermen las plantas?, ¿Cómo saben cuando llega la primavera?

¿Los neutrinos tienen una velocidad de traslado mayor que la luz?

Y muchas otras que seguramente a cada uno se le ocurrirán... Sin embargo, no deberíamos pensar que tenemos la exclusividad individual por las preguntas, pedestres o ingeniosas... hay diarios y periódicos que tienen sus secciones de ciencia, de salud, de tecnología, de humor y otras, que no dejan de lado la posibilidad de preguntar y preguntar; a veces dejan una respuesta, o varias alternativas y otras dejan más y más interrogantes. Una página interesante que actualiza la BBC⁶ tiene preguntas y es muy llamativa la variedad de cuestiones y también las respuestas que da.

V. El mundo está lleno de preguntas latentes y de oportunidades para preguntar. Un caso reciente aparece en Google. Google a través de *Google Science Fair 2012*, ha lanzado un concurso destinado a elegir jóvenes adolescentes entre 13 y 18 años para

⁶ Ver

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/03/120322_respuestas_curiosos_marzo_24.shtml preguntas y sus respuestas.

participar en un evento de Feria de Ciencias. Para inscribirse hay que presentar un proyecto innovador y creativo, con implicancias favorables en alguna de las distintas áreas sensibles del mundo actual.

Motiva la participación con un *Todo el mundo tiene una pregunta. ¿Cuál es la tuya?* e insiste:

¿Has hecho alguna pregunta hoy?

¿Qué has hecho con ella?

¿Has descubierto algo nuevo?

¿Qué te ha traído hasta aquí?

Y pone unos llamativos ejemplos:

¿Cómo podemos convertir la basura en energía?

¿Por qué los gatos ronronean?

¿Es mejor hervir u hornear?

¿Pueden los robots cambiar de opinión?

¿Por qué algunas cosas rebotan?

¿Por qué se curva un balón que gira y gira?

El proceso de presentación en sí es todo un tratado simple y sistemático de cómo hacer algo ceñido a la normativa y al mismo tiempo con originalidad. Es más, en un apartado anima a los participantes a hacer sus propias producciones específicas más que a utilizar otras ya disponibles en la red. El proyecto está pensado para jóvenes; se toman los cuidados técnicos para evitar accidentes por el uso o uso indebido de productos químicos peligrosos, acepta las normas éticas acerca de la participación de animales en la experimentación y exige el consentimiento informado de adultos responsables del joven participante. Advierte también sobre las posibilidades de participación de niños y adolescentes en las experiencias planeadas y los recaudos a tomar para evitar daños en la salud. Además, remite y orienta hacia fuentes de información

consolidadas y completas para encontrar los fundamentos y encuadres de los proyectos. La propuesta en sí es todo un espacio para la creatividad y la innovación, fundada en la inspiración, en el conocimiento y en el trabajo aplicado⁷.

VI. Muchos se preguntarán por qué no mencionamos las teorías clásicas de autores actuales en el estudio de la inteligencia y de la creatividad (y la escuela). La idea del trabajo principal estaba centrada en el argumento de que todos somos creativos en alguna forma, por eso el título del libro esconde en cierta medida la identidad actual de los personajes estudiados como creativos...

ESTUDIO DE CREATIVIDAD

Las travesías de Alfonsina, de Astor, de Julios y de Marías

En realidad lo que se encubre es la personalidad pública de estos personajes que en sus inicios también hicieron todo lo mismo que la gente común⁸. En el fondo todos somos *gente común* en los

⁷ En estos dos links está promocionado el Concurso Google.

<http://www.google.com/intl/es/events/sciencefair/enter.html> el concurso de Google está promocionado en este link.

https://www.googlesciencefair.com/es_ES/details/ahJzfnNjaWVuY2VmYWlyLTIwMTJyDwsSB1Byb2pLY3QY1rkuDA el formulario del proyecto de Google está en este link. (Controlados el 10/03/2012). Sin embargo, por la calidad de la información presentada en favor de las preguntas y de los cuidados en la preparación y recaudos para la presentación de un proyecto de trabajo, es que incluimos en ANEXO una versión adaptada de la normativa. Reconocemos que es muy similar a la propuesta de Google y como tal debe ser tomada en cuenta por todos aquellos estudiantes, becarios, investigadores y evaluadores que tengan interés y preocupación por las preguntas, la formulación de proyectos y la investigación de calidad.

⁸ La elección del título del libro no fue tarea fácil porque tres ideas pugnaban por quedarse con el protagonismo. Por un lado, los nombres de los creativos y sus historias; por otro los aspectos más académicos de la creatividad, a los que somos más proclives y representan mejor los pensamientos de los teóricos y estudiosos; y por fin, la potencia de afirmar que la gente común tiene entre sus disponibilidades la de ser genial. Un

inicios. Luego un poco de conocimiento, mezclado con oportunidad del medio e iniciativa personal combinados de manera extraña y desconocida aún, hacen que, ya como creativos, conformen el grupo de estudio de la presente investigación: Atahualpa Yupanqui, Roberto Arlt, Antonio Berni, Adolfo Bioy Casares, Julio Bocca, Jorge Luis Borges, Julio Cortázar, Enrique Santos Discépolo, Bernardo Houssay, René Favaloro, Roberto Fontanarrosa, Joaquín Salvador Lavado (Quino), Luis Federico Leloir; César Milstein, Victoria Ocampo, Astor Piazzolla, Benito Quinquela Martín, Ernesto Sábato, Alfonsina Storni, Leopoldo Torre Nilsson, Marina Esther Traverso (Niní Marshall), María Elena Walsh.

El mismo título de la Tesis se encarga de presentarlos como tales en sus comienzos...

CREATIVIDAD EN PERSONAS COMUNES

Potencialidades en contextos cotidianos

Es de destacar la diversidad de campos en los que esta gente encuentra formas de expresión creativa; las ciencias y las artes como denominación genérica tienen sus representantes.

título que se abrió paso hasta el final fue *ENTRE DOÑA ROSA, VICTORIA O., RENÉ F., JULIO C. y ROBERTO F. Estudios de la creatividad en gente común*. Sin embargo, la perspectiva académica que define el contexto general del estudio dio el marco para que las travesías de cada creativo, sus nombres y sus historias se expresaran de manera elocuente en su singularidad en lo que de común tienen con todas las personas. Por eso, la idea de paso, de marcha, de distancia a recorrer, de control, de dejarse llevar, de excursión que explicita el término *travesía* encuadra la tarea de ser creativos. Y sus nombres, aún en su singularidad, incitan a todos a que se animen a tomar sus propios recorridos en la diversidad que admite la innovación.

VII. Invitamos a tres comentaristas, estudiosos en otros campos para que nos dieran sus particulares puntos de vista.

Elio Rodolfo Parisí tituló su prólogo *Lo estético y lo científico en la creatividad*. El Profesor Parisí, al finalizar Elisondo la exposición oral del trabajo rescató la importancia de entender las propuestas dentro del contexto definido para su realización. El punto no es menor ya que lo recupera en su comentario al destacar el valor social de la creatividad al promover *en genios a las personas comunes*, al superar desde lo estético lo predominantemente científico (la creencia de que la creatividad es predominantemente académica).

No deja lugar a dudas de qué se trata, el llamativo título *¿Por qué tomamos sopa?*, prólogo de Francisco Javier Corbalán Berná. Cuestionar e inquirir, como investigar y curiosear son la clave en las ideas de Javier sobre creatividad cuando argumenta sobre la capacidad *gratuita e inagotable* que tenemos todos nosotros –gente común-: *la capacidad de preguntar*. Su propuesta realza con fuerza la aventura de la humanidad para progresar y para generar, por sobre todas las dificultades, un mundo más lindo, más bueno y más justo.

La contribución de Chiecher, *Intentos de creatividad en educación superior* plantea el desafío de dejar espacio para la creatividad en la escuela instando a que el docente sea un buen ejemplo de cómo permitir resquicios para el desafío y la imaginación en un ambiente tan pautado y que tiene como principal finalidad la de proveer a todos de una formación básica e inicial para desempeñarse con desenvoltura en las variadas situaciones de la vida. Claro que la educación superior presenta otro contexto y esa innovación es la que presenta Analía Chiecher. Innovación como potencia en la educación superior, e innovación porque incorpora nuevas tecnologías en la medida que ellas ayuden a enseñar mejor, a estimular la toma de iniciativa y el compromiso de los estudiantes con un aprendizaje más autónomo.

VIIIa. Transcurrían las últimas horas de las Pascuas de 2012, cuando en la entrometida más eficiente de nuestro tiempo: la TV,

se mostraba la historia del conjunto musical Pink Floyd y de su interés por ir renovando las presentaciones para que cada realización tuviera una personalidad propia dentro del rock, que diferenciara su actuación de los otros conjuntos y también de sus propuestas anteriores. Así tuvieron acuerdo en el Conjunto en que una nota musical los representara, luego agregaron a la música el color y la espectacularidad teatral; la cuidada vestimenta en algún momento los hizo recibir el comentario de ser el conjunto musical con el mejor vestuario exhibido (no solo por lo llamativo, también por lo impactante y a veces agresivo o extravagante). Los escenarios de presentación adquirieron una nueva expresión con *The Wall*. Durante el desarrollo del programa se iba construyendo una pared... hasta que el último ladrillo cerraba el hueco que quedaba en la comunicación con el público.

Una nueva escena presentaba al cantante expresándose desde arriba del muro, como expresión de que la libertad encerrada encontraba una vía de escape alternativa que daba el entorno... y poco después caía el muro como imagen de la posibilidad de liberación latente, que aprovecha hasta las contingencias más desfavorables para encontrar una vía de escape.

Roger Waters, bajista del conjunto, que en ese momento presentaba el programa termina diciendo algo semejante a *el mundo diario, el mundo cotidiano, nos alejan de lo creativo*, es por eso que cada espectáculo que presentamos tiene que tener una propuesta más íntegra y desafiante que las anteriores... En el primer álbum fue una nota, ahora el monumental muro que cae.

VIIIb. Muchas veces nos gana la desesperación ante las noticias diarias que hacen ostensible la existencia y despliegue, sobre todo, de injusticia y discriminación. Injusticia y discriminación que generan en muchos casos emociones contradictorias: rabia interior y algo de resignación práctica para poder atender las obligaciones cotidianas. En estos momentos de desesperanza se mira a la escuela como responsable de muchas de las carencias y dificultades que enfrenta la sociedad y vuelve a atribuírsele la responsabilidad por las carencias y dificultades y a reclamar para que cumpla con

sus objetivos y finalidades en la formación integral de los niños y jóvenes. Sin embargo, es mucha la energía que se pone en mantener el sistema educativo no solo en los aspectos formales sino también en las ideas y motivaciones que lo animan a que cada día las cosas se hagan mejor, para que integre a mayor cantidad de gente y por más tiempo.

Sin más y a modo de ejemplo de los muchos hechos que a diario reivindican la influencia positiva de las instituciones educacionales, en una manifestación periodística, Adriana Noreña⁹ bajo un título esperanzador: *Donde existe una brecha entre las expectativas y el mundo real nace la innovación.*

Durante los 15 o 20 años que dura nuestra educación formal, nos levantamos, cruzamos la ciudad para ir a un aula, nos sentamos delante de un pizarrón y escuchamos. Millones de personas hacen lo mismo. ¿Realmente nos estamos animando a repensar las formas en que creamos y compartimos el conocimiento?

Las respuestas están en sus manos... Puede que en algunas realidades nos falten argumentos promisorios, en otros el campo definido da algún empate entre iniciativa y logro pero, ciertamente, hay otros en los que la influencia conseguida es evidente. La evolución de nuestra sociedad en aspectos tales como aceptación de la diversidad y tolerancia, conciencia de las igualdades de derechos, compromiso por mejores situaciones de vida y cuidado del planeta son evidentes... Y se sigue pensando y trabajando en el logro de nuevos estándares y niveles superadores¹⁰.

⁹ Adriana Noreña fue hasta el mes pasado la Directora de Google en Argentina para América Latina de habla española. Su preocupación por la educación la lleva a mostrar su importancia y los aspectos que deben atenderse en la sociedad del conocimiento.

¹⁰ Por ejemplo, situación de la mujer en el mundo ha mejorado en relación con etapas históricas anteriores y mucho ha sido en base a la educación e instrucción que han logrado sobre la base de las motivaciones personales y las expectativas sociales sobre el rol que tienen en la comunidad. La configuración de juegos y la diversidad de participantes por género, nacionalidad o grupo étnico son otra muestra de estos avances.

Tal vez la ocurrencia de dar nuevos significados a la realidad y de ver brechas entre expectativas y realidades, sean nuevas manera de promocionar un mundo más bueno, más justo, más lindo.

VIIIc. Por fin, un aglutinante de inteligencia, creatividad y escuela está puesto en la capacidad personal -individual si se quiere- de tomar la iniciativa y persistir en ella, desobedeciendo las voces que claman prudencia, mantenimiento del *status quo*, o al miedo que genera lo nuevo y lo desconocido. Una oración que puede reclamar paternidad en cualquier credo, y que también nosotros reclamamos como argumento, apropiado al tema de la innovación y la formación es la propuesta por Marianne Williamson¹¹

“Nuestro mayor temor no es ser inadecuados. Nuestro mayor temor es ser más poderosos de lo imaginable. Es nuestra luz y no nuestra oscuridad la que nos atemoriza. Nos preguntamos: ¿quién soy yo para ser brillante, magnífico, talentoso y fabuloso? [...] Jugar a ser pequeño no sirve al mundo. No hay nada de instructivo en encogerse para que otras personas no se sientan inseguras cerca a ti”

La consideración de la obras y de las historias de vida de cada uno de los autores estudiados por Elisondo como creativos, dan muestra de la voluntad por actuar sus potencialidades en un campo específico, tomando la iniciativa y arriesgando sobre lo posible, sin medir consecuencias timoratas y promoviendo los campos teóricos, simbólicos y prácticos de sus dominios. Todos reconocen el valor y la influencia positiva de la escuela en su acontecer futuro de joven y adulto.

¹¹ Del libro Return To Love y que tomamos del link <http://www.sermasyo.es/articulos/autorrealizacion/marianne-williamson-y-el-miedo-a-ser-lo-que-somos/>

IX. Epílogo¹²

En la mañana del domingo en que todo ya estaba cerrado para presentar el archivo del libro aparece en la versión digital del diario *BBC.co.uk* un tentador artículo con actualizaciones y respuestas a algunas de las preguntas sobre las que veníamos trabajando, nos animó a incluir alguna consideración.

Con el título *Qué hace posible los grandes inventos*, tres preguntas se imponen

¿Es el ingenio del hombre el que hace posible los avances?
¿O los momentos Eureka se producen sólo porque la tecnología los hace posibles?

Un emprendedor simplemente detecta primero que nadie las posibilidades?

La clave está en la habilidad de pensar y originar conceptos o ideas?

Las respuestas... Oh!!! Sí, las respuestas... son lo de menos; darlas sería limitar las posibilidades. Sigamos pensando y de ser posible intentemos algunas innovaciones... Y así volvemos a los temas recurrentes planteados en el primer párrafo del prólogo.

X. Referencias bibliográficas, algunas con breves comentarios sobre su contenido. El orden de la propuesta es por tema.

¹² Sabemos que no es propio tener un Epílogo en un Prólogo pero nos permitiremos la licencia justificándolo en el mismo argumento que tomamos para estudiar algunos aspectos de la creatividad, de la inteligencia y de la escuela: tomar algún riesgo y atender a lo que ocurre en los entornos en los que el trabajo es propuesto, sea el área del conocimiento o un llamado de la sociedad que puja por estar presente en una historia particular.

Lo de las preguntas

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/03/120322_salud_aspirina_tsb.shtml la aspirina es un fármaco eficaz para prevenir el cáncer o para curarlo? (Controlado el 03/04/2012).

<http://www.lanacion.com.ar/1316481-el-libro-electronico-no-va-a-matar-a-las-librerias> el libro electrónico va a matar al de papel? (Controlado el 03/04/2012).

<http://www.lanacion.com.ar/1454360-del-laboratorio-a-las-aulas-y-mas-alla> neurociencias, creatividad. (Controlado el 03/04/2012).

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/03/120306_diagnostico_equivocado_hiperactividad_men.shtml hiperactividad cerebro. (Controlado el 03/04/2012).

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/03/120306_tecnologia_feria_virtual_aa.shtml ingenio y creatividad, feria virtual del libro. (Controlado el 03/04/2012).

<http://www.lanacion.com.ar/1454971-si-es-en-equipo-mejor> Manes, inteligencia y cerebro. (Controlado el 03/04/2012).

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/03/120308_video_gorilas_adn_genoma_pea.shtml creatividad e inteligencia. Decodificación del genoma de los gorilas muestra una diferencia del 2% de los genes. (Controlado el 03/04/2012).

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/03/120310_plantas_descubren_gen_noche_dormir_fp.shtml cómo duermen las plantas descubrimiento. (Controlado el 03/04/2012).

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/03/120322_gen_primavera_am.shtml como saben las plantas que llegó la primavera? El gen de la primavera. (Controlado el 03/04/2012).

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/03/120308_algoritmos_hormigas_empresas_ganancias_jgc.shtml hormigas, imaginación inspiración y creatividad. (Controlado el 03/04/2012).

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/03/120312_respuestas_curiosos_marzo_18.shtml sentido del humor y creatividad medición. Preguntas y más preguntas. (Controlado el 03/04/2012).

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/08/110811_dudas_cientificas.shtml preguntas y más. (Controlado el 10/03/2012).

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/10/111019_respuestas_curiosos_oct_22.shtml preguntas!!! (Controlado el 10/03/2012).

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/11/111104_respuestas_curiosos_nov_5.shtml preguntas y algunas respuestas. (Controlado el 10/03/2012).

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/11/111111_respuestas_curiosos_nov_12.shtml preguntas y más preguntas. (Controlado el 10/03/2012).

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/11/111117_respuestas_curiosos_nov_19.shtml preguntas y más preguntas. (Controlado el 10/03/2012).

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/12/111128_respuestas_curiosos_dic_3.shtml preguntas y por qué? (Controlado el 10/03/2012).

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/12/111209_respuestas_curiosos_dic_10.shtml preguntas y más preguntas y sus respuestas curiosas. (Controlado el 10/03/2012).

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/02/120202_respuestas_curiosos_febrero_4.shtml a dónde va la luz cuando apagamos el interruptor? Preguntas raras y buenas. (Controlado el 10/03/2012).

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/02/120210_diez_cosas_que_no_sabia_semana_10_2_2012_jrg.shtml 10 cosas que no sabías la semana pasada ingenio creatividad. (Controlado el 10/03/2012).

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/02/120210_video_click_10_febrero_mr.shtml el último video sobre respuestas creativas para x. Preguntas. Está en TED. (Controlado el 10/03/2012).

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/02/120224_respuestas_curiosos_febrero_25.shtml lindas preguntas y más preguntas, creatividad

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/02/120224_respuestas_curiosos_febrero_25.shtml (Controlado el 10/03/2012).

http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1276356 preguntas incómodas en entrevistas. Preguntas al fin!. (Controlado el 10/03/2012).

Cada semana, la revista *BBC Focus* resuelve algunas dudas de sus lectores. A continuación, una selección de algunas de las respuestas para los curiosos.

¿Cómo evito que me dé sueño a la hora de la siesta?

¿Por qué no se le daña el cerebro a los pájaros carpinteros?

¿Por qué a algunos árboles se les caen las hojas y a otros no?

¿Es el agua fría más pesada que la caliente?

Y otros contenidos relacionados... (*links* y fechas que corresponden a los días que fue publicado).

¿Qué pasó con los patitos de plástico perdidos en el mar en 1992?
19.02.12

¿Cuál es el pozo subterráneo más profundo del planeta? 12.02.12

¿A dónde se va la luz cuando apagamos el interruptor? 04.02.12

¿Pueden las estrellas escaparse de sus galaxias? 28.01.12

¿Por qué el estómago hace ruido cuando tenemos hambre?
22.01.12

¿Pueden nadar las vacas? 15.01.12

¿Por qué no podemos mover las orejas? 08.01.12

¿Cómo sigue latiendo el corazón? 17.12.11

¿Para qué se nos eriza la piel? 10.12.11

¿Por qué los globos hacen 'bang' cuando estallan? 03.12.11

El transportador de Star Trek, ¿es teóricamente posible? 26.11.11

¿Por qué cerramos los ojos al besarnos? 12.11.11

¿Por qué los mosquitos pican a unas personas y a otras no?
20.11.11

¿Por qué los borrachos son más pesados? 05.11.11

¿Qué son los supervolcanes? 29.10.11

El tiempo, ¿es real o es una ilusión? 22.10.11

¿Contactaremos extraterrestres? 15.10.11

¿Por qué no tenemos pelo verde o azul? 08.10.11

¿Necesitan más sexo los hombres que las mujeres? 01.10.11

¿Qué % del cerebro humano se usa? 24.09.11

¿Cómo se mide la velocidad de la luz? 17.09.11

¿Por qué a los hombres les empiezan a salir canas en las sienes?
11.09.11

Revista BBC Focus (en inglés) El contenido de las páginas
externas no es responsabilidad de la BBC.

Algunas de las consideraciones realizadas son ampliadas en los siguientes artículos

http://www.red-u.org/img/anuncios/4_files/elisondo.pdf

<http://revistas.um.es/analesps/article/view/109101>

http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1668-81042008000200007&script=sci_arttext

<http://www.rioei.org/2725.htm>

<http://www.matuk.com/2012/02/24/la-feria-de-ciencias-google-2012/> feria de ciencia Google 2012 (Consultado 27/02/2012)

<http://www.matuk.com/2012/02/24/la-feria-de-ciencias-google-2012/> (Consultado 27/02/2012)

<http://www.lanacion.com.ar/1463409-donde-existe-una-brecha-entre-las-expectativas-y-el-mundo-real-nace-la-innovacion> donde existe una brecha... Creatividad e innovación (Consultado 9/4/2012)

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/04/120411_eureka_innovaciones_lp.shtml inventos (Consultado 15/4/2012)

ANEXO. Con adaptaciones del Concurso de Google para dar idea de la bondad de la propuesta. Algunos títulos tienen referencias a los links originales de la presentación.

Configuración y datos. Asigna un nombre a tu proyecto (podrás cambiar este campo más adelante si quieres)

Añade una breve descripción del proyecto (podrás cambiar este campo más adelante si quieres)

¿Vas a trabajar en equipo? Puedes trabajar con otros dos participantes. Uno de vosotros tendrá que registrarse primero y añadir las direcciones de correo electrónico de los demás miembros del equipo. Si eres el primer miembro de tu equipo que se registra, introduce las direcciones de correo electrónico de los demás miembros a continuación. Recuerda que todos los miembros del equipo deben tener edades comprendidas entre los 13 y los 18 años. No es necesario que añadas a todos los miembros ahora, puedes hacerlo en cualquier otro momento.

Datos de filiación del participante, de la escuela y de la localidad y del país de localización de la propuesta.

Categorías de tu proyecto. Podrás cambiar este campo más adelante si quieres. (Ciencias sociales y del comportamiento. Biología. Química. Matemáticas e informática. Ciencias medioambientales y de la Tierra. Electricidad y electrónica. Energía y espacio. Flora y fauna. Ciencias de la alimentación. Inventos e innovación. Física).

¿Cómo puedo crear un sitio de proyecto ganador? Aquí encontrarás toda la ayuda que necesites para crear un buen sitio de proyecto para la Feria de las Ciencias de Google. Se incluye una completa guía paso a paso. Asegúrate de leerla de principio a fin. Pero recuerda que todo empieza con la pregunta.

Sugerencias que han ayudado a los finalistas

Leer las normas. Aunque pueda parecer obvio, lee las normas con detenimiento. Te estás esforzando mucho, así que no corras el riesgo de que se rechace tu proyecto por algún detalle en el que no hayas caído. En todas las páginas de la plantilla existen recordatorios de las normas clave en la sección de ayuda. Debes conocer la diferencia entre el contenido principal y el contenido adicional.

Solo se evaluarán los proyectos en los que se incluya contenido principal en todas las páginas. Cíñete al límite de palabras (lo encontrarás en la sección de ayuda de cada página). Añade todo el contenido adicional que quieras (como textos,

vídeos, presentaciones o documentos), pero no confíes en que los miembros del jurado tengan tiempo para verlo. Conocer el proceso de evaluación

En la primera ronda de las evaluaciones, solo se puntuarán las siguientes cinco páginas del proyecto, así que asegúrate de que le hagan justicia a tu trabajo: Resumen del proyecto; Información sobre mí; La pregunta; Hipótesis y Conclusión.

Pensar en los miembros del jurado. El jurado tiene que leer una gran cantidad de proyectos en un breve período de tiempo. Asegúrate de que sea fácil encontrar el contenido principal de tu proyecto. Sé meticuloso, pero tan breve como puedas. No te olvides de utilizar el mismo nombre de las páginas y el mismo orden para estas que aparece en la plantilla, de presentar tu trabajo de forma clara, de cumplir el límite de palabras para el contenido principal y de marcar cualquier contenido adicional, como textos, vídeos, presentaciones o documentos.

Hacer público el trabajo. No podremos evaluarlo si no lo vemos. Asegúrate de compartir tu sitio y todo el contenido insertado en él. A continuación te explicamos cómo hacerlo. Para tu sitio de Google, debes hacer clic en la opción de compartir que aparece arriba a la derecha y asegurarte de que esté configurado para que sea público en la Web.

Para los vídeos insertados o vinculados de tu sitio, una vez que hayas subido tu vídeo a YouTube, debes acceder a la página de tus vídeos, seleccionar el vídeo en cuestión, hacer clic en el menú desplegable “Acciones” y elegir la opción “Público”.

Para las presentaciones, los documentos, las hojas de cálculo, etc. insertados o vinculados desde tu sitio, debes abrir una presentación en Google Docs, hacer clic en “Compartir” en la parte superior derecha y asegurarte de elegir la opción de hacer público el contenido en la Web.

Materiales protegidos por derechos de autor. Asegúrate de que tienes permiso para utilizar los vídeos, las imágenes y los derechos de autor antes de incluirlos en tu sitio. Sé especialmente cuidadoso

a este respecto. Por ejemplo, si utilizas un contenedor en el que aparezca un logotipo, una foto que hayas conseguido en Internet o cualquier música, tu proyecto se rechazará.

Utilizar las herramientas de Google. Familiarízate con las herramientas de Google, en especial con Google Sites. Te servirán de ayuda para que tu sitio Web sea más efectivo. Además, si formas parte de un equipo, podrás compartir documentos y trabajar con otros miembros del equipo en los mismos documentos en tiempo real. Recuerda que puedes editar totalmente tu sitio de Google.

Google Sites te permite eliminar contenido, quitar el formato y volver a empezar en cualquier momento. Obtén más información sobre cómo aprovechar al máximo Google Sites.

Luego, aparece una ayuda paso a paso para crear el proyecto, desde el resumen, luego un corto informe sobre los participantes, cuál es la pregunta que llama su atención, las hipótesis y objetivos del trabajo, los pasos para hacer la investigación (metodología e instrumentos), cómo se planea el experimento y qué datos son posibles y qué nos dará la observación. Por fin cuales son las conclusiones y las referencias. Y los agradecimientos a aquellos que colaboraron.

Río Cuarto, Domingo de Pascuas de 2012.



La creatividad en personas comunes. Potencialidades en contextos cotidianos

Romina Elisondo

PERMISOS E INICIOS

Solicito algunos permisos antes de iniciar, formalmente, mi presentación. Permisos, reconocimientos y preguntas nos permitirán introducirnos al escurridizo mundo de la creatividad en contextos cotidianos.

Permisos para agradecer

Quisiera agradecer especialmente a los doctores Danilo Donolo y María Cristina Rinaudo por construir contextos de libertad y confianza en los que se puede trabajar con alegría y al Doctor Ángel Rodríguez Kauth por sus orientaciones, sugerencias y ocurrentes aportes.

Agradezco también a las instituciones que subsidiaron proyectos de investigación y actividades de formación indispensables para el desarrollo de los estudios. Las investigaciones conducentes a la Tesis de Doctorado se realizaron en el marco una Beca de Postgrado del CONICET y de proyectos de investigación dirigidos por el Dr. Danilo Donolo y la Dra. María Cristina Rinaudo, aprobados y financiados por las siguientes instituciones: ANPCYT-FONCYT, CONICET, Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Provincia de Córdoba y Secretaría de Ciencia y Técnica de la UNRC. Asimismo, agradezco a los participantes y a quienes colaboraron en las diferentes etapas de la investigación.

Por enseñarme las cosas más importantes que he aprendido en mi vida, dedico este trabajo a Facundo y Agustina.

Permisos para preguntar

Creatividad y preguntas, preguntas e investigación, investigación y creatividad son las dos caras de la misma moneda. Múltiples y diversas preguntas dieron origen y orientan el proceso de investigación que presentamos. Los interrogantes que planteamos a continuación fueron los que cerraron la presentación de un trabajo anterior en el que tratamos el tema de la creatividad en contextos educativos universitarios. Dicho trabajo de investigación constituye la Tesis de Maestría titulada *Creatividad y sus contextos. Estudios en la Universidad*, elaborada por Romina Elisondo y dirigida por los doctores Danilo Donolo y María Cristina Rinaudo.

¿Qué es la creatividad?

¿Creatividad: natura o nurtura? ¿O la interrelación de ambas? ¿Creatividad o creativities? ¿Creativities múltiples? ¿Existen tantas creativities como áreas o campos donde desplegarlas? ¿La creatividad es una actividad de dominio general o de dominio específico? ¿Es la creatividad un fenómeno diverso que incluye múltiples dimensiones o son múltiples las creativities? ¿Cuáles son estas creativities? ¿Quiénes las poseen? ¿Es posible que una persona posea varias de estas creativities?

¿Es la creatividad un atributo de un reducido número de personas o una capacidad disponible en todos los sujetos? ¿Creatividad con mayúscula o creatividad con minúscula o las dos? Además del reconocimiento social que obtienen por sus productos ¿Qué diferencia a los grandes creadores de los creativos de minúsculas? ¿En qué se parecen? ¿Cómo se pasa de creatividad a Creatividad? ¿De qué factores depende? ¿Qué diferencia a los creativos de los no creativos? ¿Existen los no creativos?

¿Dónde está la creatividad? ¿Dónde no está la creatividad? ¿Existe algo donde no está la creatividad?

¿Cuáles son los componentes de la creatividad? ¿La motivación? ¿Los estilos de personalidad? ¿Los contextos? ¿Los estilos pensamiento? ¿Los conocimientos? ¿La inteligencia? ¿Cómo se interrelacionan los componentes de la creatividad? ¿Son todos necesarios? ¿O solo algunos? ¿El papel de estos componentes varía en función de diferentes situaciones y contextos?

En el cerebro, ¿dónde está la creatividad? ¿De qué procesos neurofisiológicos depende la creatividad?

¿La creatividad es valorada de igual manera en diferentes culturas? ¿Los patrones culturales y las costumbres determinan las posibilidades de despliegue de las capacidades creativas?

¿Creatividad: persona, producto, proceso o entorno? ¿O todo a la vez?

¿Es un rasgo de personalidad? ¿Cómo son las personalidades creativas? ¿Todos los creativos tienen las mismas características? ¿Por qué algunos no? ¿Ciertas características de personalidad condicionan los desempeños creativos? ¿O es la creatividad la que configura determinadas formas de actuar, pensar y

sentir en el mundo, es decir estilos de personalidad? ¿Las diferencias de personalidad son predictivas de la creatividad?

¿Es la creatividad una cualidad de ciertos productos? ¿Cómo se determina si algo es creativo? ¿La lasaña que prepara mi nona los domingos es un producto creativo? ¿Los dibujos que Ignacio con sus tres años, realiza en la pared y representan un mundo imaginario de colores son productos creativos? ¿Es este escrito un producto creativo? ¿Quién debe determinar si algo es creativo? ¿Y la ética y la moral? ¿Una bomba nuclear es un producto creativo?

¿Por qué muchas veces los productos son tan creativos que los demás no logran darse cuenta, al menos en un primer momento? ¿Por qué los grandes creadores generalmente no son reconocidos por su contexto, sino que logran reconocimiento muchos años más tarde?

¿Quiénes disponen de amplias capacidades o potencialidades creativas, siempre logran plasmarlas en productos creativos? ¿Cómo es el proceso por el cual una idea que está en la cabeza del creativo se plasma en un producto del mundo real?

¿Es la creatividad un proceso cognitivo? ¿Cuáles son las etapas de este proceso?

¿Preparación? ¿Incubación? ¿Iluminación? ¿Verificación? ¿Necesariamente se producen en este orden? ¿Cómo se conjugan macroprocesos y microprocesos cognitivos en la creatividad?

¿Es la creatividad una cualidad de los entornos?

¿Cuáles son los entornos que favorecen la creatividad? ¿Los entornos negativos, llenos de dificultades y carencias, pueden hacer emerger la creatividad?

¿Por qué algunas personas establecen relaciones particulares con los contextos de manera tal que, aprovechando sus posibilidades y venciendo sus obstáculos, logran construir entornos propicios para desplegar sus potencialidades creadoras?

¿Depende de los contextos? ¿Depende de las personas? ¿Ocurre lo mismo en todos los contextos educativos, laborales, recreativos, cotidianos? ¿Construyen las personas contextos subjetivos, formas particulares de relacionarse con los contextos que determinan el despliegue de la creatividad?

¿Cómo despliega la gente común sus potencialidades creativas en contextos cotidianos?

¿Qué tipo de actividades son más propicias para la creatividad? ¿En qué campos se puede desplegar la creatividad? ¿En el arte, en la ciencia, en la política, en las acciones comunitarias, en la cocina, en las manualidades, en las danzas, en las relaciones interpersonales, en el trabajo, en la escuela, en el deporte, en el tiempo libre? ¿La gente común es creativa en diversos ámbitos o sólo en algunos contextos particulares? Los creativos en ámbitos específicos como por ejemplo, el arte, la ciencia ¿también desarrollan un estilo de vida creativo en otros contextos?

¿Qué incidencia tiene en la vida de las personas poder desplegar la creatividad en actividades diarias? ¿La creatividad se relaciona con la enfermedad o la salud mental? ¿Los creativos están locos? ¿Vivir de manera creativa es un indicio de salud mental? ¿Es la creatividad preventiva y promotora de la salud? ¿Es la creatividad terapéutica?

¿Ser creativo es una decisión? ¿Esta decisión depende sólo de los sujetos? ¿Qué papel juegan los motivadores internos y externos en la toma de estas decisiones? ¿Por qué algunas personas deciden ser creativas y otras no lo intentan? Además de la decisión, ¿qué otros factores condicionan las posibilidades de ser creativos en contextos cotidianos?

¿La creatividad depende de las autorepresentaciones y autovaloraciones que las personas construyen sobre sus propias capacidades? ¿La creatividad depende de las teorías implícitas construidas por las personas respecto de los creativos, de quienes pueden serlo y de los factores que condicionan el despliegue de las capacidades creativas.

¿Creatividad en contextos de educación?

¿Cómo deberían ser los contextos educativos para promover la creatividad? ¿Qué características de los contextos ofrecen mayores ocasiones para el despliegue de la creatividad? ¿Es la creatividad sólo un objetivo de las disciplinas artísticas o de todas las materias? ¿Cómo deberían ser los conocimientos que se enseñan? ¿Diversos? ¿Actualizados? ¿Interdisciplinarios? ¿Qué fuentes de información deberían utilizarse? ¿Cómo deberían ser los docentes? ¿Deben ofrecer modelos de rol creativo? ¿Hay espacios en las instituciones educativas para los docentes creativos? ¿La creatividad debería ser

un tema relevante en la formación docente? ¿Cómo deberían ser las clases, las propuestas pedagógicas y las evaluaciones? ¿Cómo no deberían ser? ¿Cómo debe ser el clima de la clase para promover la creatividad? ¿Hay espacios en los contextos de educación para la autonomía, la elección de temas y tareas y el control de los propios aprendizajes? ¿El trabajo grupal favorece la creatividad? ¿Se debe propiciar la participación de los alumnos en actividades extracurriculares? ¿Qué actividades resultan más propicias para la creatividad? ¿Qué recursos deben estar disponibles? ¿Qué espacio y tiempos son necesarios para la creatividad en contextos de educación?

En la Universidad, ¿cómo promover la creatividad? ¿Los docentes deben actuar como representantes de ámbitos especializados? ¿Las interacciones entre alumnos y equipos especializados de docentes e investigadores facilitan el despliegue de las capacidades creativas? ¿La participación en actividades extracurriculares de investigación, colaboración en docencia y extensión ofrece mayores ocasiones para la creatividad? ¿Qué características de la universidad como contexto particular otorga a los alumnos y docentes oportunidades para la creatividad?

¿La promoción de la creatividad en contextos de educación depende sólo de las características objetivas de los entornos o de los procesos de apropiación que realizan los sujetos respecto de las ocasiones u oportunidades disponibles? ¿Estos procesos de apropiación o de construcción de contextos subjetivos dependen de las actitudes que asumen los sujetos? ¿Qué papel juega la motivación en dichos procesos? ¿Motivación intrínseca, extrínseca o ambas? ¿Cómo promover que los alumnos construyan contextos subjetivos orientados hacia el desarrollo de la creatividad? ¿Cómo hacer visibles las oportunidades existentes? ¿Cuál es el papel del docente en la promoción de contextos subjetivos y objetivos para la creatividad?

¿Cómo transformar creativamente la educación? ¿Cómo usar la creatividad para resolver los complejos problemas educativos? ¿Cómo hacer para que las investigaciones lleguen al aula?

¿Qué caracteriza al campo de investigación de la creatividad?

¿Las certezas o las preguntas no resueltas?

¿Es posible estudiar la creatividad? ¿Es posible medir la creatividad?

Si existen diferentes instrumentos de evaluación y estos nos ofrecen indicadores sobre distintos aspectos de la creatividad, ¿Cómo integrar instrumentos y técnicas para lograr una comprensión más integradora de este complejo fenómeno?

¿Cuáles son las futuras líneas de investigación y desafíos de cada uno de los enfoques de estudio de la creatividad?

¿Es posible integrar las distintas perspectivas de investigación en el campo de la creatividad? ¿Cuáles son los desafíos del campo de investigación de la creatividad?

¿Cuáles son los nuevos temas y perspectivas de investigación en creatividad? ¿Creatividad y teoría del caos? ¿Creatividad y tecnologías? ¿Creatividad y psicología positiva? ¿Creatividad y salud? ¿Creatividad y vejez? ¿Creatividad e interdisciplinariedad? ¿Creatividad y problemas sociales? ¿Creatividad y ética?

Creatividad: ¿por qué y para qué?

¿Por qué es necesario investigar la creatividad?

¿Por qué es importante promover la creatividad?

¿Por qué necesitamos la creatividad?

¿Para resolver complejos problemas sociales (pobreza, calentamiento global, guerras, terrorismo, corrupción, etc.)?

¿Para inventar vacunas contra el cáncer, el sida, etc.?

¿Para qué dejen crear a los creativos?

¿Para afrontar situaciones complicadas de la vida?

¿Para ser felices?

Múltiples interrogantes y enigmas definen el campo de investigación de la creatividad y orientan nuestros estudios. Interrogantes que nos garantizan la posibilidad de simbolizaciones y producciones creativas. Invitamos al lector a que nos acompañe en la búsqueda de algunas respuestas y también de preguntas que nos conduzcan hacia nuevos estudios y propuestas de investigación.

Más preguntas para iniciar

Ignacio pregunta, los científicos se preguntan y los artistas también¹³.

Mientras haya preguntas, la creatividad está garantizada. Las personas, ya sean niños, científicos o artistas, se preguntan, entre otras cosas, sobre la vida y la muerte, el destino, la naturaleza, la mente, el alma. Lo desconocido, lo temido, lo preocupante y lo enigmático generan preguntas y procesos de búsqueda de respuestas. Las preguntas juegan un papel relevante tanto en el desarrollo de los sujetos como en el de las sociedades. La búsqueda de respuestas a *grandes* preguntas posibilita el despliegue de las capacidades cognitivas de los niños y también el progreso de las ciencias, las tecnologías y las sociedades en general. Las preguntas parecen ser tan importantes como las respuestas, abren un amplio abanico de posibilidades, de alternativas, de búsquedas y de nuevas preguntas. Son el motor del pensamiento y también de la creatividad. Hay diferencias entre las preguntas planteadas al

¹³ *¿Por qué puertita salen los bebés de la panza de la mamá?*
(Ignacio, 3 años)

¿De qué está hecho el universo? ¿Cuál es la base biológica de la consciencia? ¿Por qué los seres humanos tenemos tan pocos genes? ¿Pueden unificarse las leyes de la física? ¿Cuánto puede alargarse la vida humana? ¿Cómo puede una célula de la piel transformarse en neurona? ¿Qué cambios genéticos nos hicieron humanos? ¿Cómo se almacenan y se recuperan los recuerdos? ¿Cómo se almacenan y se recuperan los recuerdos? ¿Qué temperatura alcanzará el efecto invernadero? ¿Es posible desarrollar una vacuna efectiva contra el HIV? ¿Cómo se forman los planetas? ¿Qué desencadena la pubertad? ¿Qué sincronizan los relojes circadianos? ¿Cómo encuentran su camino los animales migratorios? ¿Por qué el tiempo es diferente de las otras dimensiones? ¿Por qué hay más materia que antimateria? (Revista Science. 2005 (309), 5731: 1-204.)

¿Cuánto me queda? ¿Siete? ¿Diez? ¿Quince septiembres? ¿Le pregunto al azar acaso porque sé que el azar no responde? Y así y todo ¿es realmente un azar? ¿Tal vez la única igualdad posible entre yo mismo y la eminente caravana de prójimos será el no ser el no existir? (Mario Benedetti, Inventario Dos, 1993)

inicio, sin embargo, todas ellas permiten la evolución, la búsqueda y la activación sistemas cognitivos complejos.

Es a partir de las preguntas y las incertidumbres que la creatividad es posible, las certezas poco parecen contribuir en la generación de nuevas ideas, productos y acciones. El trabajo de investigación que presentamos surge a partir de una serie de preguntas emergentes de estudios teóricos y empíricos previos.

Nos proponemos estudiar la creatividad, tema que merece, según organismos internacionales y especialistas, particular atención en el campo de las investigaciones y las políticas sociales. En 1997 la UNESCO propuso la utilización del término creatividad en sentido amplio, es decir como capacidad de resolver problemas y transformar la realidad, e invitó a los investigadores y dirigentes sociales a ocuparse del tema. Una década después, el organismo reconoce algunos avances en el campo de investigación y también dificultades en la concreción de políticas efectivas que promuevan la creatividad de los ciudadanos.

Pocas dudas caben acerca de la relevancia de ocuparse teórica y prácticamente de los contextos en los que las personas pueden desarrollar sus potenciales creadores y generar productos originales y valiosos para la sociedad. Los estudios que presentamos a continuación tienen como finalidad general ofrecer argumentos y *teorías* acerca del desarrollo de procesos creativos en personas comunes y creadores reconocidos socialmente. Avanzar en el conocimiento de los contextos y factores que promueven *creatividades* es nuestra intencionalidad principal. Conocer las particularidades de los procesos creativos de personas comunes y grandes creadores puede ser de utilidad para construir y consolidar espacios educativos, recreativos y laborales propicios para la generación de ideas y producciones originales, alternativas y divergentes. Entendemos que estudiar los contextos y características de los mismos que pueden favorecer la creatividad, constituye un aporte relevante no solo al campo de investigación de los procesos creativos sino también al de las políticas sociales.

La creatividad es un campo emergente en la investigación psicológica de la Argentina, nuestros estudios pueden aportar en la

generación de hipótesis e interrogantes para nuevas investigaciones y desarrollos conceptuales. Estudiar la creatividad en personas comunes y contextos cotidianos a partir de la integración de diferentes perspectivas teóricas y metodológicas es uno de los aportes que nos proponemos realizar al campo. Asimismo, lograr avances en la comprensión de los procesos desarrollados por creativos argentinos reconocidos socialmente es otra de las contribuciones potenciales de la investigación.

Nuestro trabajo trata el complejo tema de la creatividad o las creatividades en diferentes contextos y grupos. El campo actual de la creatividad se caracteriza, entre otras cuestiones, por la existencia de interrogantes sin resolver y la búsqueda de teorías integradoras sobre los procesos creativos. El escrito se estructura en tres grandes Secciones: Teórica, Empírica y *Más allá de las mayúsculas y las minúsculas*. En la Sección Teórica presentamos estudios y conceptualizaciones que definen el campo actual de investigación de la creatividad. Incluimos propuestas y planteos desarrollados en la última década y detallamos múltiples referencias que nos permiten ubicar nuestras investigaciones en enfoques o perspectivas actuales del campo. Dos estudios componen la Sección Empírica, en el primero analizamos la *creatividad con minúscula* en un grupo de personas comunes. En el segundo tratamos la *Creatividad con mayúsculas*, es decir los procesos que despliegan personas destacadas en campos particulares de conocimiento. Luego de las Secciones Teórica y Empírica, presentamos una Sección denominada *Más allá de las mayúsculas y las minúsculas* en la que integramos los resultados más importantes hallados en los estudios y buscamos construir simbolizaciones generales para la comprensión de los procesos creativos. Por último, en las consideraciones finales, recuperamos los resultados más significativos de los estudios, analizamos los aportes teóricos, metodológicos y prácticos del trabajo y señalamos futuras líneas de investigación.

Los procesos creativos desarrollados por personas comunes en contextos cotidianos de tiempo libre son investigados en el Estudio 1 de la Sección Empírica. Analizamos cómo un grupo diverso de sujetos despliega procesos creativos en diferentes

entornos, situaciones y campos. Integramos enfoques, instrumentos y grupos como estrategia para lograr comprensiones más avanzadas acerca de la creatividad en contextos cotidianos.

Tres parte componen el Estudio 1, en la primera se analizan las relaciones entre diversas mediciones de capacidades creativas, actividades estructuradas de ocio y autopercepciones construidas por los sujetos. Además, se incluyen análisis correlacionales y estudios de incidencia de variables socio-demográficas en las mediciones de creatividad. Participaron del primer Estudio 300 personas mayores de 18 años. Para la selección del grupo se procuró atender a diversidades socio-demográficas y de participación en actividades de ocio. Los instrumentos y procedimientos utilizados incorporan técnicas de los enfoques psicométricos, experimentales y contextuales de estudios de la creatividad. Utilizamos una prueba estandarizada de evaluación de las capacidades creativas, Test CREA (Corbalán et al. 2003), una tarea de producción de un texto breve (Título) que es puntuada según la Técnica de Evaluación Consensual (Amabile, 1996) y cuestionarios sobre logros creativos y actividades de la vida cotidiana.

En la segunda parte del Estudio 1 analizamos los procesos creativos desarrollados por personas que participan regularmente en actividades estructuradas de ocio. La recolección de datos se realizó utilizando entrevistas semi-estructuradas, se han identificado factores que intervienen en los procesos de despliegue de la creatividad y beneficios subjetivos y sociales que se generan a partir de estos procesos. La tercera parte del Estudio 1 incluye análisis e interpretaciones sobre las particularidades de los procesos creativos según el tipo de actividades desarrolladas o las características específicas de los grupos. Para estos análisis se recuperan las expresiones de los participantes recogidas mediante entrevistas semi-estructuradas.

Analizar los procesos creativos desarrollados por personas argentinas destacadas en diferentes campos y ámbitos es el objetivo principal del Estudio 2 de la Sección Empírica. Nos interesa estudiar estos procesos a partir de análisis biográficos de

los hechos y las circunstancias más significativas en las vidas de las personas destacadas en diversos campos. Asimismo, nos proponemos investigar las relaciones que las personas establecen con los contextos en los que se desarrollan, considerando características de los mismos que promueven u obstaculizan el despliegue de la creatividad. El segundo estudio incorpora dentro del grupo de investigación a personas que a partir de sus trabajos han modificado y en algunos casos, *revolucionado* campos y ámbitos. Las personas seleccionadas para el estudio han generado productos creativos y obtenido por ello el reconocimiento de expertos y de la sociedad en general. Las personalidades seleccionadas para el estudio son: Atahualpa Yupanqui, Roberto Arlt, Antonio Berni, Adolfo Bioy Casares, Julio Bocca, Jorge Luis Borges, Julio Cortázar, Enrique Santos Discépolo, Bernardo Houssay, René Favaloro, Roberto Fontanarrosa, Joaquín Salvador Lavado (Quino), Luis Federico Leloir; César Milstein, Victoria Ocampo, Astor Piazzolla, Benito Quinquela Martín, Ernesto Sábato, Alfonsina Storni, Leopoldo Torre Nilsson, Marina Esther Traverso (Niní Marshall), María Elena Walsh.

El Estudio 2 se compone de tres partes, en la primera analizamos hechos significativos a lo largo de la vida de los creadores, identificamos procesos y circunstancias importantes para el desarrollo de la creatividad en la infancia, la adolescencia y la juventud, la adultez y la vejez. En la segunda parte del Estudio 2 nos centramos en los procesos de creación y transformación de ideas en productos, identificamos condicionantes personales y contextuales de los procesos creativos. Aportes y contribuciones significativas de los creativos a los campos particulares y a la sociedad en general son detallados en la tercera parte del Estudio 2. Para el estudio de la *Creatividad con mayúsculas* utilizamos diversas fuentes de información (biografías, documentos autobiográficos, entrevistas, notas periodísticas) y contrastamos los datos recolectados. Se trata de un estudio biográfico contextual que además de la vida de los creativos, analiza la incidencia de los contextos en el desarrollo de la creatividad.

En la Sección *Más allá de las mayúsculas y las minúsculas* se presentan las principales conceptualizaciones y contribuciones

emergentes del proceso de investigación realizado. Exponemos en esta Sección *teorías* e hipótesis acerca de condicionantes de los procesos creativos sustentadas en datos recogidos de los estudios y de planteos teóricos de diversas perspectivas de análisis. Por último, definimos *consideraciones finales* del trabajo e iniciales de nuevas investigaciones, exponemos los avances logrados a partir de cada estudio, identificamos aportes conceptuales, metodológicos y prácticos de la investigación y proponemos futuras líneas en el campo de la creatividad.

La creatividad en personas comunes. Potencialidades en contextos cotidianos es el título del trabajo que estamos presentando. Nuestros estudios se sostienen en la consideración general de la creatividad como potencialidad de todas las personas que depende de las oportunidades disponibles en los contextos y del uso que realizan los sujetos de las mismas. Los grandes creadores y los creativos con minúsculas son personas comunes que despliegan sus potencialidades creadoras en diversos contextos y situaciones. Más allá de las diferencias entre los productos y los reconocimientos logrados, ciertos procesos condicionantes y decisiones parecen determinantes de la creatividad independientemente de las mayúsculas y las minúsculas.

El trabajo que presentamos no sigue estrictamente los lineamientos de las investigaciones tradicionales, incorpora diversas metodologías, grupos y perspectivas de análisis. Para el desarrollo de la propuesta fue indispensable construir articulaciones entre lógicas convergentes y divergentes e integrar diferentes enfoques de análisis que nos permitieran atender a la complejidad del objeto de estudio y a los desafíos metodológicos que el mismo genera al campo de la creatividad.

SECCIÓN TEÓRICA

¿Qué sucedió en el campo de la creatividad en la última década?

En esta sección presentamos planteos y consideraciones que nos permiten ubicar los estudios realizados en el campo actual de la creatividad. Retomamos investigaciones teóricas y empíricas desarrolladas en la última década por especialistas en el campo de los procesos creativos. A partir del análisis de libros de autores destacados, tesis doctorales recientes y artículos de revistas especializadas, definimos las características principales del campo de investigación de la creatividad en la actualidad. Presentamos desarrollos y avances logrados como así también enigmas e interrogantes aún no resueltos. Recurrimos a dos grandes manuales básicos para el estudio de los procesos creativos: el *Handbook of Creativity* (Sternberg, 1999) y la *Encyclopedia of Creativity* (Pritzker y Runco, 1999). Además, analizamos libros publicados en la última década en los que se integran diferentes perspectivas de análisis y temas de investigación: *Creativity 101* (Kaufman, 2009); *Creativity: theories and themes: research, development, and practice* (Runco, 2007a); *The international handbook of creativity* (Kaufman y Sternberg, 2006); *Explaining creativity: the science of human innovation* (Sawyer, 2006) y *Creatividad* (Alonso Monreal, 2000).

Respecto de las revistas especializadas, trabajamos con artículos del *Creative Research Journal*; *Journal of Creative Behaviour*; *Psychology of Aesthetics, Creativity and the Arts*; *Thinking Skill and Creativity* y *Creatividad y Sociedad*. Diferentes tópicos, instrumentos, enfoques y contextos son tratados en los trabajos teóricos y empíricos que se presentan en las mencionadas revistas. Gran parte de los artículos exponen estudios en los que se analizan relaciones entre creatividad y diversas variables cognitivas, motivacionales y de personalidad en grupos y contextos heterogéneos. Asimismo, en las revistas se incluyen artículos teóricos que tratan temas controvertidos en el campo de los procesos creativos como lo son por ejemplo, el de las

metodologías y los enfoques de investigación y el de la distribución de las capacidades creativas en la población.

Los estudios y planteos expuestos en esta parte corresponden al período de investigación de la creatividad iniciado a partir de la década del 50. Para el análisis de estudios previos a este período se sugiere consultar los trabajos de Dacey y Lemon (1998), Albert y Runco (1999) y Alonso Monreal (2000) en los que se detallan las concepciones y las metodologías desarrolladas desde la antigüedad hasta mediados del siglo XX. En la historia de la creatividad se diferencian claramente dos etapas, antes y después de 1950 (Kaufman, 2009). En el década del 50, a partir de los aportes de Guilford, se inicia la investigación sistemática de la creatividad sustentada principalmente en el enfoque psicométrico y en los estudios del pensamiento divergente. En los últimos 50 años se han producido importantes avances no solo en este enfoque sino que se han generado y consolidado otras perspectivas y metodologías de investigación. Los logros de algunas perspectivas, como por ejemplo la computacional y la psicobiológica, están asociados a los grandes desarrollos que en las últimas décadas se han producido en la informática, la tecnología y la biología.

Desde nuestro punto de vista, los progresos en el campo de la creatividad se vinculan con la ampliación del foco de análisis. Se ha avanzado desde perspectivas individualistas, centradas en las capacidades de los sujetos, hacia enfoques contextuales y sistémicos que defienden a la creatividad como constructo complejo en el que interactúan condicionantes cognitivos, emocionales y sociales. Múltiples definiciones, temas, problemas, técnicas, metodologías y enfoques caracterizan el campo actual de investigación de la creatividad. Temas y enfoques clásicos conviven con nuevos problemas, metodologías y ámbitos configurando un complejo y a la vez, promisorio campo de investigación.

Diversidad de enfoques

El campo de investigación de la creatividad se caracteriza por la coexistencia de diversos enfoques teóricos y metodológicos (Elisondo, 2008a). A partir del análisis de los aportes de autores especialistas (Munford, 2003; Sternberg y Lubart, 1999) definimos seis enfoques de investigación en el campo de la creatividad: psicométrico, experimental-cognitivo, computacional, psicobiológico, biográfico y contextual.

El *enfoque psicométrico* es uno de los más desarrollados en el campo de la creatividad, sus orígenes se remontan a los planteos de la Escuela Diferencial de Londres y en los estudios sobre inteligencia de Binet. A partir de estos estudios diferenciales, Guilford en la década de 1950 realizó numerosas investigaciones destinadas a la identificación y medición de los componentes de la creatividad y la inteligencia (Alonso Monreal, 2000). La creatividad es considerada por los investigadores psicométricos como un rasgo o capacidad que difiere entre los sujetos, se destaca la importancia de estudiar las diferencias cuantitativas y cualitativas de dicho atributo en las personas. La metodología y los diseños de investigación de la propuesta diferencial se sustentan en la idea de que la creatividad puede ser cuantificada mediante la utilización de pruebas estandarizadas. Éstas se administran en ambientes artificiales y los resultados de cada sujeto se comparan con escalas normativas o baremos (Plucker y Renzulli, 1999; Mayer, 1999).

La batería de Guilford y los test de Torrance son los instrumentos clásicos de medición de la creatividad que han sentado las bases de los desarrollos psicométricos más actuales. Estos instrumentos se fundamentan teóricamente en los conceptos de pensamiento divergente y convergente, y en los factores de fluidez, flexibilidad, originalidad y elaboración. A partir de estas pruebas se han elaborado numerosos instrumentos destinados a la medición de las capacidades creativas (Corbalán et al. 2003) y se han realizado diversos estudios de validez y confiabilidad (Oliveira et al. 2009; Sanz de Acedo y Sanz de Acedo, 2008; López Martínez y Navarro Lozano, 2008). Asimismo, se han estudiado formas de corrección de las pruebas

de pensamiento divergente que incorporan la técnica de evaluación consensual de la creatividad; es decir, la valoración independiente de jueces (Furnham et al. 2009; Silvia et al. 2008). La integración de pruebas de pensamiento divergente y técnicas de evaluación consensual ha generado múltiples controversias y debates entre los investigadores de la creatividad (Baer, 2008; Mumford, Vessey y Barrett, 2008; Runco, 2008).

Cuantiosas investigaciones se han realizado desde el enfoque psicométrico, se trata de una de las perspectiva más desarrollada el campo de la creatividad que ha producido importantes avances orientados a la evaluación de las capacidades creativas y las relaciones entre éstas y diversas variables cognitivas, personales, contextuales (Elisondo, Donolo y Corbalán, 2009; Batey, Chamorro-Premuzic, Furnham, 2009; Furnham et al. 2008; Miller y Tal, 2007; Prado Suárez, 2006; López Martínez, 2006; Harris, 2004; Dollinger, Urban y James, 2004; Feist y Barron, 2003; Chamorro-Premuzic y Furnham, 2003; Peterson, Smith y Carson, 2002; Wolfradt y Pretz, 2001).

Los avances logrados no han conseguido mitigar las críticas y observaciones de investigadores pertenecientes a otras perspectivas de estudio. Influencias sociales y ambientales en los test, puntuaciones subjetivas, falta de validez predictiva y discriminantes son algunas de la críticas más importantes que se les realizan a la perspectiva psicométrica (Amabile, 1996; Baer, 1994; Gardner, 1993). A pesar de las dificultades señaladas, consideramos que las pruebas estandarizadas son importantes en las investigaciones de la creatividad en tanto ofrecen indicadores generales de las potencialidades creativas de las personas. Además, a partir de los estudios psicométricos se han logrado significativos avances en la identificación de factores y procesos cognitivos, emocionales y sociales vinculados a la creatividad. Desde nuestro punto de vista, las pruebas estandarizadas ofrecen datos relevantes y por lo tanto, deben ser incluidas en las evaluaciones de la creatividad. Consideramos que el diseño de estudios que integren tests y otras formas de medición de la creatividad es el desafío de los investigadores a fin de logran construcciones teóricas y empíricas más avanzadas sobre los procesos creativos.

Desde el *enfoque experimental*, la creatividad es entendida como un procesamiento cognitivo que incluye una diversidad de procesos mentales que son activados durante la resolución de problemas y tareas específicas. El trabajo en contextos artificiales controlados, las mediciones cuantitativas y la utilización de tareas específicas para indagar los procesos cognitivos son las características principales de la perspectiva experimental. A partir de la elaboración de diseños experimentales se manipulan, controlan y relacionan variables dependientes (componentes y procesos creativos) e independientes (influencias sociales, educacionales, cognitivas, emocionales y evolutivas).

Los orígenes de las investigaciones experimentales de la creatividad se remontan a los planteamientos experimentales, asociacionistas y gestálticos de principios del siglo XX. Los mayores desarrollos en los estudios experimentales se dieron principalmente a partir de la década de los 70', en este período los problemas de investigación de esta línea giraban en torno a la enseñanza de habilidades creativas y a los efectos de técnicas grupales de creatividad (Alonso Monreal, 2000).

Según Runco y Sakamoto (1999), dentro de la perspectiva experimental se tratan una gran variedad de temas de investigación. La influencia de la información y las estrategias en el pensamiento creativo, la resolución de problemas, la imaginación y la percepción, los afectos y su incidencia en los procesos creativos, la atención y la motivación son algunos de los tópicos y problemas de investigación principales de esta perspectiva. Muchos de los estudios experimentales actuales incluyen tareas y problemas específicos que son valorados mediante técnicas de evaluación consensual (Amabile, 1996), dichas técnicas han sido ampliamente investigadas y optimizadas a partir de investigaciones recientes que incorporan diversos instrumentos y grupos de estudio (Kaufman, 2009; Hennessey et al. 2008; Kaufman et al. 2008; Kaufman, Gentile y Baer, 2005).

Ubicamos también dentro del enfoque experimental a los estudios de Cognición Creativa (Ward, 2007; Ward, Smith y Finke, 1999). Estos estudios se sustentan en la consideración general de la

mente humana como instrumento altamente creativo que permanentemente construye y modifica representaciones mentales a fin de lograr determinadas metas. Desde la perspectiva cognitiva, lo que distingue a los seres humanos de otras especies es la capacidad para desarrollar pensamientos creativos y generativos. Los investigadores del enfoque de cognición creativa consideran que las formas ordinarias y extraordinarias de creatividad utilizan los mismos procesos básicos de la cognición normal. El insight (darse cuenta repentinamente de la solución de un problema o comprensión súbita), la expansión conceptual (ampliación de marcos conceptuales para desarrollar ideas creativas), el conocimiento recientemente activado (conocimiento activado por experiencia nuevas para el sujeto), la combinación conceptual (síntesis de conceptos previamente escindidos) y las imágenes (patrones de significados válidos), son algunos de los procesos relevantes en el pensamiento creativo (Ward, Smith y Finke, 1999).

Al igual que en el enfoque anterior, la perspectiva experimental ha recibido numerosas críticas, siendo una de las más importantes la vinculada a la falta de validez externa de los resultados. Según Alonso Monreal (2000) los problemas de validez están asociados al reduccionismo con que se trata un constructo tan complejo como la creatividad. En los estudios experimentales la creatividad es analizada a partir un restringido número de variables sin tomar en consideración los contextos reales en los cuales las personas se desempeñan. Atendiendo a los señalamientos, y con el propósito de maximizar las comprensiones acerca de los procesos creativos, Runco y Sakamoto (1999) sugieren combinar las metodologías experimentales con otras formas de estudio de la creatividad como por ejemplo los estudios psicométricos y contextuales.

Ofrecer argumentos acerca de la consideración de la creatividad como propiedad de la cognición humana que dependería del uso y la combinación de procesos generales disponibles en todos los sujetos es, a nuestro criterio, el aporte principal de las perspectivas experimentales. Avanzar en la comprensión de los procesos y mecanismos que determina la *utilización* de estos recursos cognitivos disponibles en todos los

sujetos es uno de los desafíos más importantes no solo de este enfoque sino del campo de investigación de la creatividad en general.

El *enfoque computacional*, en comparación con los demás, es uno de los más actuales y proviene de la línea de la Psicología Cognitiva que utiliza para sus investigaciones los modelos de la Inteligencia Artificial. El supuesto básico de esta perspectiva es que el pensamiento creativo de un individuo puede ser formalizado como un programa de computación utilizando las técnicas de la Inteligencia Artificial. Las investigaciones de este enfoque buscan describir la creatividad a partir de la construcción de códigos computacionales que simulan los procesos implicados en las producciones creativas. Además, intentan modelar los procesos de pensamiento de personas creativas y no creativas para establecer comparaciones entre los procesamientos de cada grupo. El enfoque computacional también investiga cómo determinadas variaciones de un modelo formal inciden en el pensamiento creativo (Mayer, 1999).

Según Boden (2007) existen tres tipos de *creatividades*: combinatoria, exploratoria y transformatoria. Cada una de estas creatividades se distinguen por el tipo de procesos psicológicos involucrados en la generación de nuevas ideas. La creatividad combinatoria supone la producción de ideas a partir de combinaciones no frecuentes entre conceptos conocidos. La creatividad exploratoria se define como el proceso de exploración de espacios conceptuales a fin de localizar e identificar nuevos objetos cognitivos. En cambio, la creatividad transformatoria se caracteriza por la transformación de los espacios conceptuales existentes.

Boden (2007) sostiene que si es posible identificar los procesos psicológicos que están a la base de cada tipo de creatividad, es factible crear modelos computacionales sobre dichas creatividades. Según la autora, en los últimos veinte años se han producido importantes avances en los trabajos computacionales referidos a la creatividad. Para la construcción de modelos computacionales es indispensable identificar el tipo de

creatividad con la que se presente trabajar y disponer de amplios conocimientos respecto de los campos específicos sobre los que se crean los programas.

Para cada uno de estos tipos de creatividad se han creado modelos computacionales, algunos estrechamente vinculados con el pensamiento creativo y otros con factores asociados como la motivación y la inteligencia (Alonso Monreal, 2000). Observamos importantes avances en este enfoque de investigación, especialmente en el desarrollo de programas sobre campos específicos, como por ejemplo, los modelos de descubrimientos científico, de poesía y narración histórica, de arte visual y de música, entre otros. También desde este enfoque se busca aprovechar las posibilidades de los programas de computación para mejorar y potenciar los desarrollos creativos en distintas disciplinas.

Mayer (1999) sostiene que una de las fortalezas de este enfoque es que brinda altos niveles de precisión en sus investigaciones y ofrece evaluaciones de las teorías de la creatividad a partir de la simulación por medio de computadoras. No obstante, en este enfoque se presentan problemas o puntos débiles ocasionados principalmente por la dificultad de reducir el pensamiento humano a formulas matemáticas y la imposibilidad de considerar en los programas computacionales factores no cognitivos como los sentimientos y la experiencia personal. La dificultad de insertar los programas computacionales en ambientes reales, es otro punto crítico de este enfoque de investigación según Mayer. A pesar de las críticas mencionadas, la investigación computacional se presenta como un campo muy promisorio que puede aportar valiosos elementos para la comprensión de los procesos cognitivos involucrados en el pensamiento creativo. Tal vez, la integración de estas investigaciones con otras provenientes de enfoques diversos provoque avances y desarrollos importantes en el estudio de la creatividad humana en un futuro no muy lejano.

Los orígenes del *enfoque psicobiológico* se remontan al siglo XIX, cuando Flechsig realiza estudios sobre las diferencias craneales y anatómicas de los genios. Pero la más directa raíz

científica se encuentra en Hull, el primero en establecer en 1940 relaciones entre la creatividad y la actividad cortical (Alonso Monreal, 2000). Los estudios psicobiológicos buscan conocer y relacionar los procesos neuropsicológicos implicados en el pensamiento creativo. Se entiende a la creatividad como rasgo psicológico mensurable que puede ser comprendido a partir de la identificación de los cambios neuropsicológicos que acompañan la resolución de problemas creativos. Según Mantindale (1999) los temas principales del campo psicobiológico de la creatividad están asociados al análisis de la activación cortical y las asimetrías hemisféricas. La metodología de trabajo es de tipo experimental y supone la utilización de instrumentos de alta complejidad mediante los cuales se obtienen medidas fisiológicas estándar.

Fink et al. (2006) sostienen que la creatividad es un tema emergente en el campo de la neurociencia. En la última década se han producido importantes desarrollos en investigaciones psicobiológicas de la creatividad, generalmente asociados a los avances en las técnicas y procedimientos de medición de variables neurofisiológicas (Razumnikova, 2007; Abraham, 2007; Chávez-Eakle, 2007; Mumford y Caughron, 2007; Ito, 2007; Miller, 2007; Welling, 2007; Brown, 2007; Jalil, 2007; Vandervert Schimpf y Liu, 2007; Reuter et al. 2005; Dietrich, 2004).

Aunque coincidimos con Mayer (1999) en que la conducta creativa no puede reducirse a la medición de variables estudiadas por esta propuesta, consideramos muy significativos los aportes de este enfoque para una mejor comprensión de los elementos y procesos fisiológicos que intervienen en el fenómeno creativo. Más allá de la creatividad, destacamos los reveladores avances de las neurociencias y su enorme contribución en la investigación sobre el comportamiento humano y las variables que lo condicionan.

El *enfoque biográfico* es quizás uno de los más antiguos, el primer investigador en esta línea fue Galton quien, si bien es uno de los precursores del enfoque diferencial, en 1869 realizó un estudio sobre la heredabilidad del genio analizando las biografías históricas de un gran número de sujetos (Alonso Monreal, 2000).

La propuesta biográfica realiza estudios de casos de individuos reconocidos socialmente como creativos. Los investigadores de esta perspectiva consideran que la manera más apropiada de estudiar la creatividad es a través del análisis detallado de la vida de los sujetos creativos. La metodología en las investigaciones biográficas es descriptiva y cualitativa, específicamente se realizan estudios de casos particulares con el objetivo de comprender con profundidad los diversos factores y circunstancias de la vida de los creativos que han incidido en sus producciones y logros.

Uno de los aspectos más relevantes de este enfoque es su aporte a la comprensión de la creatividad en ambientes naturales. Además, por medio de esta metodología se obtienen múltiples datos sobre las características de las personas y las relaciones que estas establecen con otros sujetos y con los contextos en los que se desarrollan. Según Policastro y Gardner (1999), las investigaciones biográficas no solo describen las circunstancias vitales de las personas creativas sino que también buscan la emergencia de patrones comunes en los análisis y diferencias o excepciones que permitan comprensiones más acabadas del complejo fenómeno de la creatividad. Vidal (2003) también argumenta a favor del método biográfico ya que permite conocer las interacciones que el sujeto construye con cada contexto en particular. Además, los estudios biográficos posibilitan la comprensión de la vida de los creativos como sujetos únicos que se relacionan de diversas maneras con los contextos. El autor propone estudiar los procesos creativos de los grandes creadores desde una perspectiva biográfica contextual. Esta perspectiva se centra en el análisis de la vida de los creativos en términos de socialización e individuación, estudiando la integración de los sujetos en contextos singulares y las posiciones particulares que cada persona asumen en los entornos en los actúa.

Gran cantidad de estudios biográficos de la creatividad se han efectuado en las últimas décadas. Freud, Einstein, Picasso, Stravinsky, Eliot, Graham y Gandhi fueron los grandes creadores analizados por Gardner (1993), la vida de Virginia Woolf fue estudiada por Ippolito y Tweney, (2003) en tanto que Brower (2003) y Vidal (2003) se ocuparon de Vincent van Gogh y Jean Piaget, respectivamente. En la *Encyclopedia of Creativity* (1999)

también se incluyen algunas consideraciones sobre estudios de casos de creadores reconocidos socialmente que se destacaron en diversos campos y momentos históricos, como por ejemplos Alexander Graham Bell (Gorman), las hermanas Brontë (VanTassel-Baska), Marie Curie (Thurston), Darwin (Keegan) da Vinci (Shlain) Shakespeare (Simonton) y Shaw (Tahir).

Tal como explicaremos luego, en el marco del enfoque biográfico existen diversos diseños de investigación y distintos modos de tratamiento de los datos emergentes. Mientras que Gardner (1993) analiza un grupo reducido de casos para establecer semejanzas, diferencias y temas emergentes, los seguidores de Gruber estudian casos únicos en los que analizan factores subjetivos y contextuales. En tanto que Simonton (1999) recurre al estudio biográfico de grandes grupos de creadores adoptando una perspectiva cuantitativa y socio-histórica a partir de la cual se busca comprobar hipótesis acerca de la incidencia de diversos factores sociales en los procesos creativos a partir de los datos recogidos en análisis biográficos.

Las críticas que se le realizan a este enfoque se centran en la falta de representatividad y control de los resultados de las investigaciones que se realizan siguiendo la metodología de estudios de casos. Sin embargo, destacamos la importancia de las investigaciones biográficas ya que significan una aproximación a la creatividad de los individuos en sus contextos naturales. Además, se analizan de manera simultánea los múltiples factores y causas que interactúan en los desempeños creativos. Los estudios biográficos sobre la creatividad ofrecen abundantes y auténticos datos sobre las personas, los procesos y los ambientes creativos que tal vez desde otras metodologías no podrían ser recolectados. Consideramos que integrar y triangular los datos de los estudios biográficos con investigaciones de otros enfoques puede ser una alternativa válida para construir teorías más avanzadas sobre la creatividad.

En comparación con otros enfoques, la *propuesta contextual* sobre la creatividad es reciente y surge a partir investigaciones provenientes de otras líneas teóricas y metodológicas. Desde esta

perspectiva se considera que los procesos creativos deben ser analizados en el marco de las interrelaciones que se establecen entre los sujetos y los contextos en los que estos se desarrollan e interactúan. Diversidad de contextos inciden en las posibilidades de las personas de desplegar sus potencialidades creativas, asimismo la incidencia contextual es variable y depende de las significaciones y resignificaciones que realizan los sujetos.

Dacey y Lemon (1998) proponen una perspectiva biopsicosocial de análisis de la creatividad y sostienen que existen dos grandes tipos de influencias sociales: las microsociales y las macrosociales. Dentro de las primeras se ubican aquellas influencias directas de personas significativas que adoptan roles determinantes en la vida de las personas. Contextos familiares, escolares y laborales forman parte de las influencias microsociales. Entornos políticos, económicos, étnicos, religiosos y culturales generan influencias macrosociales que también condicionan los procesos creativos.

Familias, instituciones educativas, empresas, organizaciones sociales son algunos de los contextos de incidencia directa sobre los sujetos analizados en estudios previos de la creatividad (Lim y Smith, 2008; Gute et al. 2008; Amabile et al. 2004; Shalley, Zhou y Oldham, 2004; Isaksen et al. 2000; Rinaudo y Donolo, 2000; Williams y Yang, 1999; Sternberg y Lubart, 1997; Amabile, 1996). Asimismo, se han efectuado investigaciones de la creatividad en entornos urbanos (Florida, 2002) y estudios sobre influencias culturales en colectivos diversos (Kharkhurin y Samadpour Motallebi, 2008; Lubart, 1999).

Las influencias del ambiente son heterogéneas y variables, cada individuo interactúa con su ambiente de manera particular, es por ello que el estudio de los efectos del entorno en la creatividad es muy complicado metodológicamente. Las investigaciones contextuales recurren a diversas metodologías con el objetivo de estudiar las complejas relaciones que se producen entre los sujetos y los contextos en los procesos creativos. Según Mayer (1999) dentro del enfoque contextual se ubican gran diversidad de estudios que incorporan distintas metodologías (cuantitativas o

cualitativas), contextos (naturales o artificiales) y focos de análisis (procesos creativos a lo largo de la vida o actos singulares de pensamiento creativos).

Las fortalezas del enfoque contextual están dadas por la ampliación de las perspectivas de análisis en la comprensión de la creatividad en base a la consideración de los factores sociales y contextuales. A partir de los aportes de esta perspectiva, la creatividad deja de entenderse como un atributo personal que solo depende de factores cognitivos, la evaluación social, las relaciones con personas significativas, las características de las áreas de conocimiento son variables cuya incidencia no pueden ser desconocidas al momento de investigar los procesos creativos.

Las debilidades de esta perspectiva están asociadas a las dificultades metodológicas que se plantean al intentar investigar las influencias de los contextos debido a la variabilidad y complejidad de las mismas en cada situación y sujeto (Mayer, 1999). Además, deben considerarse la influencia de contextos globales (sociales y culturales) como así también específicos (familiares, escolares, empresariales) y las interacciones que entre ambos se producen. Tal como lo explicitaremos luego, entendemos que la construcción de diseños que permitan estudiar las relaciones entre los sujetos y los contextos es uno de los próximos desafíos del campo de investigación de la creatividad.

Consideramos que los enfoques presentados son los más destacados del campo actual de la creatividad. Se trata de una clasificación arbitraria que hemos realizado a partir del análisis de autores especialistas, otras clasificaciones y otros enfoques también conviven en el complejo campo de la creatividad. Por ejemplo, Saywer (2006) clasifica en dos grandes grupos los estudios de la creatividad: los enfoques individualistas y los contextualistas. Dentro de los enfoques individualistas ubica los estudios cognitivos, computacionales, biológicos y de personalidad en tanto que las investigaciones sociológicas, culturales e históricas conforman el segundo grupo. Runco (2007a) señala la necesidad de estudiar el fenómeno de la creatividad desde diferentes perspectivas, en su libro incluye enfoques conductuales, clínicos,

cognitivos, evolutivos, económicos, educacionales, históricos, organizacionales y sociales.

Por su parte, Sternberg y Lubart (1999) además de los enfoques psicométricos, cognitivos, computacionales y sociales, definen las características principales de la perspectiva mística, la pragmática y la psicoanalítica. Desde la primera perspectiva, la creatividad se interpreta a partir de creencias místicas en las que intervienen fuerzas inexplicables científicamente. El enfoque pragmático, cuyo principal exponente es De Bono, promueve el desarrollo de la creatividad a partir de un conjunto de técnicas y procedimientos específicos que según Sternberg y Lubart (1999) no tienen sustento científico. La perspectiva psicoanalítica sostiene que los procesos creativos emergen de la tensión entre consciente e inconsciente, la creación se vincula con la expresión de deseos inconscientes a través de productos socialmente aceptables.

La característica principal del campo actual de la creatividad parece ser la coexistencia de diversos enfoques de análisis, comprensión y estudio de los procesos creativos. El pasaje de perspectivas individualistas hacia enfoques más sistémicos y contextuales también es un rasgo que define el campo actual de la creatividad. Esta transición aún genera múltiples interrogantes y desafíos a los investigadores, ya que las perspectivas referidas, de manera aisladas, no parecen ser suficientes para una comprensión completa del complejo fenómeno de la creatividad.

A pesar de los avances logrados, publicaciones actuales siguen señalando la necesidad de integración de factores sociales y culturales en los estudios de la creatividad. Glaveanu (2009) enfatiza la importancia de incorporar la perspectiva cultural y propone una nueva clasificación: paradigma YO, paradigma ÉL y paradigma NOSOTROS. El primer paradigma incluye las investigaciones sobre la creatividad en personas comunes a partir de estudios psicométricos y experimentales. En el segundo paradigma se ubican las investigaciones de los grandes creadores que generalmente se sustentan en estudios biográficos. El tercer paradigma supone una visión social y cultural de los procesos creativos atendiendo a los contextos y las situaciones en la que los

productos creativos se elaboran, a las relaciones entre los nuevos productos, los ya existentes y la comunidad. Desde el paradigma cultural se entiende a la creatividad a partir de la interacción del creador y sus productos con los otros en el marco cultural de los artefactos y símbolos existentes.

Zorana Ivcevic (2009) plantea la importancia de que los estudios partan de una clara y precisa definición de lo que se entiende por creatividad. Además, considera indispensable que en el campo se distinga entre potencial y comportamiento creativo y se analicen las relaciones entre ambos a partir del estudio las interacciones entre factores cognitivos, personales, situacionales y culturales.

Destacamos la relevancia de la integración de perspectivas o enfoques y la incorporación de visiones sociales y culturales para la comprensión de la creatividad. Fenómeno que lejos de ser individual, supone interacciones con los otros en el marco de determinados contextos culturales. Hemos presentado en este apartado diversos enfoques, desde estas perspectivas se generan múltiples definiciones, contextos de investigación y temas emergentes, cuestiones que caracterizan al campo actual de la creatividad y que serán tratadas a continuación.

Diversidad de definiciones

¿De qué hablamos cuando hablamos de creatividad? se pregunta Corbalán (2008) en una publicación reciente. El investigador realiza una revisión de definiciones de autores especialistas y señala que:

Gracias a las aportaciones realizadas desde diferentes campos del saber y desde la propia introspección de los creadores, el concepto de creatividad ha ido ganando con los años en precisión y complejidad (...) Pero la conceptualización científica de lo que sucede en la mente humana mientras crea y también de los creativos como personas que ejercen su existencia generando

aportaciones novedosas, unos de forma cotidiana, otros de forma excepcional, es un proyecto científico todavía no plenamente resuelto, pero para el que existen, eso sí, numerosas tentativas de solución (Corbalán, 2008: 11).

En el campo de investigación de la creatividad, nos encontramos con múltiples definiciones, métodos y preguntas sin responder. Difícilmente podamos presentar una definición acabada y única de la creatividad, los investigadores parecen acordar en que se trata de un concepto polisémico y primitivo, es decir, un término que adquiere múltiples significados en función de los contextos y las teorías en los que se utiliza y a la vez, permite definir otros conceptos e ideas centrales de cada perspectiva o enfoque de análisis.

Ante la ausencia de una definición única y clara de la creatividad, Huidobro (2002) se propone analizar las conceptualizaciones construidas por 24 autores especialistas y generar un concepto que articule los aportes más significativos de los investigadores. Persona, producto, proceso y entorno son los cuatro ejes principales sobre los que se han elaborado definiciones de la creatividad. Huidobro expone un modelo que integra los cuatro ejes mencionados y sostiene que para la emergencia de un producto creativo es preciso un sujeto que disponga de una serie de características intelectuales, motivacionales y de personalidad, conocimientos específicos del campo y haga un uso óptimo de la metacognición. La investigadora también señala rasgos contextuales que condicionan la creatividad como la biología, el ambiente socio-cultural, las circunstancias biográficas particulares y la facilitación de recursos. Según Huidobro (2002), el paso de la persona al producto se realiza a través de un proceso creativo que supone la identificación del problema, la generación de las posibles soluciones alternativas, la elección de las mejores mediante la comparación con unos criterios o metas previas, y la puesta en práctica de las soluciones o reelaboraciones. Huidobro concluye que todo el proceso creativo sucede dentro de un contexto que favorece u obstaculiza la actividad creativa, antes, durante y después de la creación del producto.

Plucker, Beghetto y Dow (2004) estudiaron las definiciones de creatividad que presentan los investigadores en artículos de revistas especializadas. Analizaron 90 artículos cuyos títulos contenían la palabra *creatividad* y fueron publicados entre marzo de 1996 y agosto de 2002 (30 artículos de revistas de negocios, educación y psicología, 30 del *Creative Research Journal* e igual cantidad del *Journal of Creative Behavior*). Observaron que en el 38% de los artículos se exhibía una definición explícita de la creatividad, en cambio en el 41% de los casos la definición estaba implícita, el resto de las publicaciones no incluían conceptualizaciones del constructo. La mayoría de las definiciones explícitas se referían a la creatividad como algo único y útil, las implícitas además de la idea de único, incluían conceptos referidos al pensamiento divergente y sus componentes: fluidez, flexibilidad, originalidad y elaboración. También se observaron en algunos casos definiciones de creatividad vinculadas a características de personalidad y estilos de pensamiento. Los autores, en función de los artículos analizados, concluyen que la creatividad se da en la interacción entre actitudes, procesos cognitivos y entornos, en la misma un sujeto o un grupo producen un producto perceptible que es a la vez novedoso y útil para un contexto social.

Los investigadores utilizan el término creatividad para designar tanto a las personas (creativos, creadores, etc.) como a los productos (ideas u obras creativas), los procesos creadores y los entornos o ambientes creativos (Runco, 2004; Kaufman, 2009). Coincidiendo con Huidobro y en base a los planteos más actuales, consideramos que estas aplicaciones del término se interrelacionan permanentemente durante los procesos creativos. Es decir, la creatividad y la generación de los productos o ideas creativas dependen de las personas pero también de los contextos y de las relaciones que entre ambos se producen en cada espacio y tiempo particular. Los procesos creativos están condicionados por una multiplicidad de factores subjetivos y contextuales que determinan el despliegue de las potencialidades creativas de las personas y la generación de producciones originales, importantes, útiles, verdaderas y apropiadas.

Las concepciones integracionistas y ecológicas no estuvieron presentes en las investigaciones iniciales de la creatividad. Los primeros estudios realizados a partir de 1950 se centraron en el análisis de las particularidades de las personas; es decir, consideraban sólo aquellas variables cognitivas, afectivas y motivacionales que determinaban los procesos creativos (Sternberg y Lubart, 1999). En cambio, desde planteos más actuales, específicamente los desarrollados en las últimas dos décadas, se entiende a la creatividad como un constructo complejo en el que se interrelacionan una amplia gama de condicionantes subjetivos y contextuales. Los contextos en donde la persona interactúa, los campos de conocimiento, las valoraciones sociales de las producciones y las relaciones con otras personas son aspectos que inciden marcadamente en las posibilidades de desempeños creativos.

Según Sternberg y Lubart (1991), la creatividad se vincula con la capacidad de generar ideas nuevas, apropiadas y de alta calidad. Los procesos creativos dependen de la confluencia de seis componentes: rasgos de personalidad, estilos de pensamiento, motivación, conocimientos, inteligencia y entornos. Csikszentmihalyi (1996) sostiene que la creatividad debe ser comprendida de manera sistémica a partir de la consideración de tres elementos centrales: personas, campos y ámbitos. El campo incluye las reglas, procedimientos y desarrollos simbólicos que definen y le dan identidad a las diferentes áreas del saber y del hacer. El conocimiento dentro de un campo específico es un sistema mediado por símbolos que se desarrolla y adquiere deliberadamente dentro de una cultura. Los campos de acción y conocimiento se desarrollan en ámbitos formados por los expertos de un campo determinado cuyo trabajo consiste en emitir juicios y valoraciones sobre lo que se realiza en dicho campo; los miembros del ámbito eligen de entre las novedades a aquellas que merecen ser incluidas en el canon. Desde esta perspectiva sistémica, la persona creativa es aquella capaz de adaptarse a las características de un campo y un ámbito necesariamente particulares y cambiantes. Dada la complejidad en las relaciones entre campos y ámbitos, se entiende que las cualidades de las personas creativas

no son ni estables ni homogéneas, lo que caracteriza a los creativos es la complejidad de su personalidad.

Luego de más de cinco décadas de investigación y de importantes avances en cada uno de los enfoques mencionados, la creatividad ya no puede ser comprendida como un rasgo simple e interior de los sujetos, sino como un constructo complejo en donde se interrelacionan permanentemente factores subjetivos y contextuales (Elisondo, 2008a). La creatividad de las personas depende tanto de sus motivaciones, intereses, rasgos de personalidad, procesamientos cognitivos, estilos de pensamiento, características neurofisiológicas como de las posibilidades que les ofrecen los contextos globales y específicos, las relaciones que establecen con las demás personas y con los campos de conocimientos, las experiencia evolutivas, familiares y educativas, entre otras. Además, la creatividad parece no ser una entidad unitaria sino múltiple que adquiere diferentes formas en cada sujeto y situación. Complejidad, multiplicidad, interrelación parecen ser palabras apropiadas para aproximarnos la creatividad y sus manifestaciones. Las interrelaciones entre características personales y contextuales parecen determinar el proceso creativo. Sin embargo, no existe una fórmula única para explicar cómo se relacionan las diversas variables intervinientes en el proceso creativo. Existirían relaciones singulares entre los sujetos y los contextos que determinarían las posibilidades de desplegar las potencialidades creadoras disponibles. Entendemos a la creatividad como una potencialidad de las personas que supone de ciertas condiciones para su despliegue, sobre estas *condiciones*, que parecen no ser únicas e iguales para todos, es que creemos que debemos continuar investigando en el campo de la creatividad.

Diversidad de contextos

Las investigaciones actuales de la creatividad se desarrollan en diversos contextos y situaciones. Runco (2004) señala que la mayoría de los estudios contemporáneos de los procesos creativos se realizan en contextos culturales, educativos, empresariales y clínicos. Según el reconocido investigador, cada uno de estos

contextos configura problemas y formas particulares de investigación de la creatividad.

Pocas dudas caben acerca de la importancia de variables contextuales en el desarrollo de la creatividad de la gente común como así también de los grandes creadores. Desde el ambiente familiar hasta el contexto socio-histórico en el que vive una persona parecen condicionar sus posibilidades de desempeños creativos. Sin embargo, estos condicionamientos adquieren características particulares a partir de la interacción con otras variables determinantes de la creatividad.

Según la perspectiva de Sternberg y Lubart (1997), el entorno es uno de los seis componentes centrales de la creatividad. Los autores señalan la existencia de dos grandes enfoques tradicionales de estudio de la incidencia de los contextos en la creatividad. Mientras que el primero sostiene que la creatividad requiere de un entorno propicio que la estimule, el segundo, sustenta la idea de que el proceso creativo requiere de entornos que presenten obstáculos y desafíos a las personas. Sternberg y Lubart (1997) proponen una perspectiva que integre oportunidades y obstáculos y atienda a las interacciones que se producen entre variables personales y situacionales en los procesos creativos. Según los autores, entornos favorables *salpicados* con algunos obstáculos son los más propicios para la creatividad.

En los últimos diez años, se han logrado importantes avances en los estudios de la creatividad en contextos educativos. Entre otros tópicos, se han analizado las estrategias de enseñanza, las percepciones y desempeños creativos de los alumnos y docentes y las propuestas académicas que resultan propicias para el desarrollo de pensamientos y producciones creativas (Kampylis, Berki y Saariluoma, 2009; De Haan, 2009; Beghetto, 2009; Beghetto, 2007; Craft et al. 2007, Burnard, 2006; Loveless, Burton y Turvey, 2006; Dillon, 2006; Bleakley, 2004; Craft, 2003; Runco y Johnson, 2002; Fasko, 2000; Rinaudo y Donolo, 2000). En investigaciones previas realizadas por nuestro equipo observamos que ciertas actividades extra-académicas que se desarrollan en la universidad ofrecen a los alumnos variadas oportunidades para el

despliegue de procesos creativos (Elisondo, Donolo y Rinaudo, 2009b). También identificamos condicionantes positivos y negativos de la creatividad vinculados a las propuestas pedagógicas, a los contenidos de enseñanza y las prácticas docentes que se producen en contextos universitarios (Elisondo, Donolo y Rinaudo, 2009a).

Las investigaciones de los contextos organizacionales y empresariales cada vez cobran mayor relevancia en el campo de la creatividad. En dichos contextos se analiza, entre otras cuestiones, la incidencia de variables organizacionales, grupales y motivacionales en el desempeño creativo del personal, el papel de los líderes en la promoción de la creatividad y las estrategias que generan resultados positivos en las organizaciones (Gong, Huang y Farh, 2009; Muñoz Doyague, González Álvarez y Nieto, 2008; Shalley, Zhou y Oldham, 2004; Shalley y Gilson, 2004; Amabile et al. 2004; Bustamante, 2004; Isaksen et al. 2000; Williams y Yang, 1999).

Según Runco (2004), las investigaciones de la creatividad en contextos clínicos incluyen dos perspectivas diferentes, por un lado, los estudios en los que se analizan las relaciones entre creatividad y patologías (Chávez-Eakle y Cruz-Fuentes 2006; Sass y Schuldberg, 2000-2001; Schuldberg, 2000-2001; Prentky, 2000-2001; Becker, 2000-2001) y por el otro, las propuestas que indagan los efectos de la creatividad en la calidad de vida, promoción de la salud y el tratamiento de enfermedades y trastornos (Griffiths, 2008; Reynolds, Hean Lim y Prior, 2008; Daykin, McClean y Bunt, 2007; Barnes, Davis y Rogers, 2006).

A partir de los planteos de Florida (2002) y Landry (2000) acerca de las ciudades creativas, se han realizado diversas investigaciones acerca de los contextos urbanos como promotores de la creatividad (Romeiro y Méndez Gutiérrez del Valle (2008; Nivón Bolán, 2008; García, 2008). Este tema también forma parte de la agenda de organismos internacionales como la UNESCO (Alonso, 2009) y de las políticas locales y nacionales de diversos países. Asimismo, es un tópico que ha sido tratado en congresos y reuniones científicas realizadas recientemente (Congreso de

Ciudades Creativas –Madrid, 2009- y Congreso de Creatividad e Innovación –Cáceres, 2009).

En la última década, también se han llevado a cabo investigaciones de la creatividad en contextos culturales diversos (Lubart, 1999). El *International Handbook of Creativity* (Kaufman y Sternberg, 2006) recoge investigaciones de la creatividad realizadas en diversos países como Rusia, China, India, Polonia, Turquía, España, Italia, Francia, Alemania, Brasil, México, entre otros. Simonton (2006) observa que las investigaciones de la creatividad no son homogéneas en las diversas partes del mundo, las diferencias según los autores obedecen a patrones culturales, sociales y científicos construidos por cada país o región del planeta. Además, las investigaciones de cada país están orientadas por intereses y objetivos distintos.

Considerar las diferencias culturales y sociales parece indispensable para lograr simbolizaciones sobre la creatividad ajustadas a las realidades y situaciones particulares. Atender a las características singulares de los contextos en los que se desarrollan las investigaciones es indispensable para lograr comprensiones y teorías más avanzadas e integradoras sobre los procesos creativos y los factores que inciden en los mismos.

Diversidad de temas emergentes

Mumford (2003) señala tres temas emergentes en la investigación futura de la creatividad. El primero de ellos se refiere a la evaluación del potencial creativo, el autor indica la necesidad de instrumentos de medición sofisticados y acordes a los avances actuales del campo de investigación de la creatividad. El segundo tema se vincula con las herramientas de *círculo tardío*; es decir, las capacidades de los sujetos no solo en la generación de ideas (círculo temprano) sino en la implantación de esas ideas, evaluación de su viabilidad, de las oportunidades, objetivos a largo plazo. El tercer tema emergente es la creatividad como causa y efecto, es decir cuál es el efecto de la creatividad en el individuo, en los que lo rodean y en el sistema social. Para Mumford es

importante analizar relaciones recíprocas entre causas y efectos, entre la gente y el mundo.

Los análisis bibliográficos realizados nos han permitido identificar más temas emergentes importantes en el campo de investigación de la creatividad. La incorporación de una perspectiva cultural de análisis (Glaveanu, 2009; Rudowicz, 2003), la creatividad emocional, el dominio moral y los valores en los procesos creativos (Fuchs, Kumar y Porter, 2007; Dolliger Burke y Gump, 2007; Averill, 2004, Runco, 2004) y las relaciones entre creatividad y resiliencia (Metzl, 2009; Quiñones Rodríguez, 2006; Jenkins, 2005) son algunos de los temas actuales que plantean numerosos desafíos al campo estudio de los procesos creativos.

En un número reciente del *Creativity Reseach Journal* (2008) se analizó un tópico importante pero poco estudiado en el campo de los procesos creativos: la creatividad malevolente. Tal como han señalado los investigadores, la creatividad no solo genera beneficios y productos constructivos, delitos, armas, actos terroristas también son productos *creativos* cuyos orígenes e impactos deben ser estudiados para luego construir estrategias y políticas de prevención (Cropley, Kaufman y Cropley, 2008; Eisenman, 2008; James y Drown, 2008; Spooner, 2008).

Asimismo, creemos importante analizar los procesos creativos que las personas comunes desarrollan en diversos ámbitos y contextos. En la actualidad, se observa un especial interés de los investigadores por los estudios del ocio (Monteagudo, 2007; Cuenca, 2009) y especialmente del ocio creativo (Boyd Hegarty, 2009) en tanto oportunidad para el despliegue de la creatividad y el desarrollo personal y social de los sujetos.

La búsqueda de articulaciones entre la teoría del caos y la creatividad en sus distintas manifestaciones también es un tópico importante en el campo que estamos analizando. Diversos planteos han realizado los investigadores respecto de las relaciones entre caos y creatividad (Rodríguez, 2007; Romo, 2005; Richards, 2000-2001; Schuldberg, 1999, 2007). No obstante son necesarios estudios que amplíen estas consideraciones y generen

simbolizaciones más avanzadas acerca de las vinculaciones entre teorías del caos y creatividades.

Tal como explicaremos en los próximos párrafos, la existencia de dos *nuevas creatividades*, *mini-c* y *Pro-c* (Kaufman y Beghetto, 2009), también constituye un tema emergente relevante en el campo actual de investigación de la creatividad que genera numerosas alternativas y posibilidades para futuros estudios. El análisis de las relaciones entre las cuatro creatividades definidas en el modelo de Kaufman y Beghetto (2009) es, a nuestro criterio, uno de los grandes retos de los investigadores de los procesos creativos.

Diversidad de creatividades

Además de existir múltiples definiciones de la creatividad, los planteos más actuales se refieren a diversas *creatividades*. La existencia de múltiples creatividades, procesos, estilos y dominios adiciona más complejidad y más desafíos a la investigación en el campo de la creatividad. Los estudios no solo deberían atender a multiplicidad de factores subjetivos y contextuales sino que también tendrían que considerar tipos de creatividades, procesos, estilos y dominios diversos.

Sternberg (2005) sostiene que existen múltiples creatividades, argumenta su postura a partir de la consideración de procesos, dominios y estilos. Las *creatividades* se ven reflejadas en la diversidad de insights y procesos cognitivos intervinientes, en los distintos dominios o contenidos respecto de los cuales se desarrolla, como así también en los disímiles estilos de pensamiento creativo que se observan. Sternberg (2005) retoma planteos de diversas corrientes teóricas para explicar su hipótesis de la existencia de múltiples creatividades. Las teorías de la Cognición Creativa (Ward, Smith y Finke, 1999) indican que al menos dos procesos principales intervienen en la creatividad, los generativos y los exploratorios. Desde otra perspectiva de análisis, se señala que los insights creativos son de tres tipos: codificación selectiva, combinación selectiva y comparación selectiva. Weisberg

(1999) también afirma que la creatividad surge a múltiples procesos cognitivos ordinarios que generan productos extraordinarios. Respecto de los dominios, Sternberg (2005) recupera los postulados de la Teoría de las Inteligencias Múltiples del Gardner para argumentar acerca de la especificidad de la creatividad según diferentes dominios. Sin embargo, también señala evidencias sobre la creatividad como dominio general y propone una posición intermedia que sostiene que los procesos creativos incorporan de manera simultánea aspectos de dominio general y específico. A partir de la consideración de la creatividad como confluencia de factores, se reconoce que algunos de los mismos son específicos y otros generales. Asimismo, Sternberg (2005), afirma que existen diferentes estilos de contribuciones creativas, estas diferencias se observan tanto en los desempeños de la gente común como en el trabajo de creativos reconocidos. Mientras que algunas contribuciones a gran escala centran en la ampliación de los paradigmas existentes, otras rechazan dichos paradigmas y generan nuevas simbolizaciones, tal como se plantea en la teoría de la propulsión (Sternberg, Kaufman y Pretz, 2002).

Tradicionalmente, los autores señalan dos tipos de *creatividades*, Boden (1999) diferencia entre el sentido psicológico y sentido histórico de la creatividad e introduce los conceptos de *P-creativo* y *H-creativo*, el primero define al individuo que genera productos nuevos respecto de los que el mismo conoce, en cambio el segundo se refiere a las personas que inventan productos nuevos para la sociedad en su conjunto. Por su parte, Gardner (1993) reconoce la existencia de dos tipos de creatividad, una con *mayúscula* y otra con *minúscula*, mientras que la primera supone transformaciones importantes en los campos de conocimientos, la segunda solo se vincula con manifestaciones personales que no modifican de manera sustancial los campos. Analizando también los diversos modos de creatividad, Csikszentmihalyi (1996) se refiere a los *individuos personalmente creativos* y a los *creativos sin más*. Los primeros son sujetos que tienen ideas nuevas y pueden realizar descubrimientos importantes pero estos no trascienden más allá del contexto inmediato de interacción de la persona. En cambio las personas creativas sin más son aquellos individuos que han cambiado la cultura en algún

aspecto importante. Estos tres autores especialistas acuerdan en que la creatividad puede ser un fenómeno subjetivo, que solo se manifiesta en las vidas de las personas o un proceso social e histórico, que provoca transformaciones en algún campo de conocimiento y en la sociedad en general.

Además de las tradicionales *creatividad con mayúsculas* y *creatividad con minúsculas*, publicaciones recientes incorporan la *mini-c* *creatividad* y la *Pro-c* *creatividad* (Kaufman y Beghetto, 2009; Beghetto y Kaufman, 2007). La *mini-c* es aquella creatividad inherente a todo proceso de aprendizaje, se define como interpretaciones nuevas y personales de experiencias, acciones y eventos (Beghetto y Kaufman, 2007). La *Pro-c* es un tipo de creatividad que supone cierto nivel de conocimiento y experiencia en algún área específica, trasciende lo conocido como *creatividad con minúsculas*. Las personas *Pro-c* creativas serían aquellas que disponen de una amplia formación y experiencia en un dominio específicos pero aun no han llegado a obtener el estatus de creativos con mayúsculas. Según Kaufman y Beghetto (2009) el modelo de las cuatro creatividades permite considerar las habilidades, intereses y actividades creativas en un apropiado nivel de especificidad. Este modelo representa un marco en el cual teorías e investigaciones previas pueden situarse, generando, a la vez, desafíos para las mismas en tanto aun quedan múltiples interrogantes por responder acerca de las articulaciones entre las creatividades propuestas.

Los estudios que presentamos en la parte empírica tratan sobre las dos creatividades definidas tradicionalmente en el campo de los procesos creativos: *Creatividad con mayúsculas* y *creatividad con minúsculas*. No obstante, reconocemos la importancia de investigar acerca de las dos nuevas creatividades que proponen Kaufman y Beghetto, sobre las cuales aún no se han desarrollado gran cantidad de estudios. Los próximos párrafos presentamos consideraciones e investigaciones previas acerca de la *creatividad con minúsculas* y la *creatividad con mayúsculas*.

Los estudios empíricos que presentamos en la próxima sección se sustentan en las dos concepciones más difundidas y

estudiadas de la creatividad: *la creatividad con minúsculas* y *la Creatividad con mayúsculas*. En el primer estudio se analizan procesos de despliegue de la creatividad de la gente común en contextos cotidianos de ocio. En cambio, en el segundo estudio se investigan factores condicionantes de los procesos creativos de creadores reconocidos socialmente. Nos proponemos en este apartado señalar algunas investigaciones previas sobre ambas *creatividades* que reflejan diversidad de metodologías y enfoques de análisis.

Tal como mencionamos, los autores utilizan distintas construcciones conceptuales para distinguir entre los procesos creativos que la gente desarrolla cotidianamente y aquellos que generan productos que revolucionan los campos de conocimientos. Mientras que los procesos señalados en primer lugar corresponden a la creatividad con minúsculas o creatividad en sentido psicológico, los otros procesos dan cuenta de la creatividad con mayúsculas o histórica. En nuestros estudios utilizaremos minúsculas y mayúsculas para establecer distinciones entre estos dos grandes *tipos de creatividades*. El uso de mayúsculas y minúsculas no implica el establecimiento de juicios de valor, simplemente es una manera de distinguir las creatividades y los procesos creativos.

Desde nuestro punto de vista, los debates que se generan entre los defensores de los estudios de la creatividad cotidiana y los que consideran que sólo es creativo aquello reconocido por los ámbitos especializados, no contribuyen demasiado al logro de avances en el campo. Aunque sean muchas las diferencias, consideramos que ambas son creatividades y que deben ser estudiadas, desde distintas perspectivas, para el desarrollo de simbolizaciones que nos permitan comprender los procesos a partir de los cuales cada una se genera y las relaciones que pueden establecerse entre mayúsculas y minúsculas.

Creatividad con minúsculas

Las perspectivas psicométricas y experimentales ofrecen diversos argumentos acerca de la existencia de la creatividad con

minúsculas, a partir de la consideración de las capacidades creativas como potencialidades de todas las personas. Los estudios diferenciales desarrollados a partir de 1950 provocaron cambios en las concepciones acerca de la creatividad al señalar que se trata de una capacidad que poseen todas las personas. Esta capacidad no es idéntica en todos los individuos, pero siempre está disponible en alguna medida. Tal vez lo más relevante para la investigación de la creatividad en ese momento histórico haya sido la consideración de las capacidades creativas de todas las personas y la ampliación de los sujetos de estudio.

Por su parte, las investigaciones experimentales y dentro de ellas los estudios de cognición creativa han argumentado acerca de la creatividad como propiedad de la cognición humana normal. Los procesos cognitivos implicados en el pensamiento creativo estarían disponibles en las estructuras mentales de todas las personas. Además de los procesos cognitivos, el conocimiento almacenado sobre los campos es un condicionante central de las posibilidades de producciones creativas. Según Weisberg (1999), el pensamiento creativo depende del uso que las personas hacen de los procesos cognitivos convencionales y de cómo estos se vinculan con los conocimientos disponibles en la memoria. Desde estas perspectivas experimentales, no se desconocen las diferencias entre las personas respecto de la creatividad, pero éstas no se vinculan con la existencia o no de estructuras y procesos específicos, sino con el uso, la combinación y la intensidad en la aplicación de esos procesos, la riqueza y la flexibilidad de las estructuras con las cuales los procesos son aplicados y la capacidad de los sistemas de memoria, entre otras cuestiones (Ward, Smith y Finke, 1999).

Estudiar la creatividad con minúscula implica entender que todas las personas disponen de ciertas capacidades o potencialidades para ser creativas en diversos campos. Sternberg y Lubart (1997) consideran que es posible encontrar la creatividad en la vida cotidiana cuando las personas ven nuevos modos de realizar diferentes labores en sus trabajos, cuando intentan nuevas formas de relacionarse y cuando se esfuerzan por cambiar sus vidas. Richards (2007a) sostiene que la creatividad puede ser

desarrollada por todas las personas en diversos contextos cotidianos. La autora utiliza la construcción *everyday creativity* para definir a la creatividad como potencialidad de las personas para resolver situaciones, crear objetos, productos y formas de interacción en la vida diaria.

La creatividad cotidiana es un proceso dinámico que genera oportunidades de crecimiento y realización personal, contribuye al bienestar y la salud de los sujetos y permite la evolución de la cultura. La creatividad de todos los días implica un modo de vida particular que incide en las diferentes esferas de la existencia humana. Sin embargo, el desarrollo de la creatividad cotidiana no es una empresa fácil para los sujetos, éstos deben afrontar obstáculos internos y externos asociados a concepciones personales y sociales estereotipadas y limitaciones impuestas por los diferentes contextos de interacción (Richards, 2007a).

Según Kaufman y Beghetto (2009), las posturas que estudian los procesos creativos con minúscula entienden que la creatividad es un potencial ampliamente distribuido en la población, que puede desarrollarse en diversos campos, contextos, acciones y situaciones. Según los autores, la categoría creatividad con minúsculas ayuda a comprender el rol que esta potencialidad tiene en la vida cotidiana de las personas y la importancia de identificarla y promoverla en contextos familiares, educativos, laborales y sociales.

La creatividad con minúsculas puede desarrollarse en diferentes contextos y situaciones. El trabajo, el estudio, las relaciones interpersonales, las actividades de tiempo libre son algunos de los contextos en los que las personas comunes pueden ser creativas. El ocio es uno de los contextos cotidianos en donde investigaciones actuales señalan que la creatividad con minúsculas encuentra grandes oportunidades para desplegarse. Las actividades que las personas realizan en el tiempo libre parecen ofrecer espacios propicios para el desarrollo de procesos y productos creativos (Boyd Hegarty, 2009; Furnham et al. 2008; Wolfradt y Pretz, 2001). Siguiendo estos planteos y tal como definiremos luego, nuestro estudio de la creatividad con minúsculas analiza las

relaciones entre actividades de ocio y procesos creativos de la gente común.

Presentamos a continuación algunos estudios de la creatividad con minúsculas en los cuales se observa diversidad de temas, grupos, instrumentos y metodologías de investigación. Las poblaciones de estudio de los diseños experimentales y psicométricos son por demás diversas en cuanto a edad, escolaridad y procedencia geográfica, entre otras variables. Además, se buscan establecer correlaciones entre los procesos creativos o las capacidades creativas, según el enfoque de investigación, y aspectos vinculados la inteligencia, los rasgos de personalidad, la motivación, los estilos cognitivos y las variables neurofisiológicas.

En las tres últimas décadas, desde el enfoque psicométrico no solo se ha investigado la capacidad de los sujetos, sino que ha ampliado el campo hacia los productos considerados creativos y las variables personales y ambientales relacionadas con la creatividad (Plucker y Renzulli, 1999). Dentro de la perspectiva psicométrica se han desarrollado gran cantidad de investigaciones sobre creatividad y personalidad. La apertura a la experiencia es una de las dimensiones de la personalidad que en muchos estudios se ha hallado que correlaciona con la creatividad (Furnham et al. 2008; Harris, 2004; Dollinger, Urban y James, 2004; Feist y Barron, 2003; Chamorro-Premuzic y Furnham, 2003; Peterson, Smith y Carson, 2002; Wolfradt y Pretz, 2001). También se encontraron correlaciones positivas entre creatividad y extraversión (Elisondo, Donolo y Corbalán, 2009; Martindale, 2007; Dollinger, Urban y James, 2004; Wolfradt y Pretz, 2001; Aguilar-Alonso, 1996; King, Walker y Broyles, 1996; Martindale y Dailey, 1996).

Las relaciones entre creatividad e inteligencia despiertan el interés de los investigadores desde hace más de cinco décadas. Este tema ha recibido diversos tratamientos, muchos de ellos ligados a los estudios psicométricos (Elisondo, Donolo y Corbalán, 2009; Batey, Chamorro-Premuzic, Furnham, 2009; Miller y Tal, 2007; Prado Suárez, 2006; López Martínez, 2006; Preckel, Holling y Wiese, 2005; Harris, 2004; Feist y Barron, 2003).

Los investigadores parecen acordar en que la creatividad y la inteligencia están relacionadas, sin embargo no hay consensos sobre la manera en que estos atributos se vinculan.

También se han estudiado las relaciones entre creatividad, género (Matud, Rodríguez y Grande, 2007; Chacón Araya y Moncada Jiménez, 2006), edad (Chacón Araya y Moncada Jiménez, 2006; Hang Wu et al. 2005), nivel educativo (Matud, Rodríguez y Grande, 2007) y rendimiento académico (Rindermann y Neubauer, 2004; Chamorro-Premuzic y Furnham, 2003; Xiaoxia Ai, 1999), entre otras variables.

En el marco de los estudios de cognición creativa, Ward (1994) ha investigado cómo se vinculan los procesos creativos y la expansión conceptual en tareas específicas de imaginación y representación. También han estudiado las incidencias de los conocimientos recientemente activados y la combinación conceptual en el pensamiento creativo (Ward, Smith y Finke, 1999). En los últimos años, una importante cantidad de estudios se han realizado sobre cognición creativa. Por ejemplo, Ward, Patterson y Sifonis (2004) investigaron el papel de la especificación y la abstracción en la generación de ideas creativas. Rietzschel, Nijstad y Stroebe (2006) estudiaron los efectos de la activación de conocimientos en la cantidad y calidad de ideas generadas. Vartanian, Martindale, Kwiatkowski (2007) analizaron las relaciones entre potencial creativo, atención y velocidad en el procesamiento de la información.

Con el objetivo de indagar los procesos cognitivos propios del pensamiento creativo, los investigadores experimentales han diseñado una amplia variedad de problemas y tareas específicas como por ejemplo, collage, ensayos literarios, construcción de objetos (King y Gurland, 2007; Johnson y Carruthers, 2006; Filipowicz, 2006; O' Hara y Sternberg, 2001; Ruscio, Whitney y Amabile, 1998), representaciones gráficas (Ward, 1994), resolución de problemas mal definidos o de final abierto, (Jausovec, 1994, 2000) y tareas ideacionales (Runco, Dow y Smith, 2006). Los diseños de investigación experimental también recurren a diversos medios tecnológicos (audio, videos, computadoras) y

procedimientos, como los reportes personales post-tarea y los protocolos verbales de análisis (Ruscio, Whitney y Amabile, 1998) para registrar los comportamientos de las personas durante la resolución de tareas e inferir los procesos mentales subyacentes.

En general, los investigadores enrolados en perspectiva experimental recurren a la técnica de evaluación consensual (Amabile, 1996) para valorar los desempeños de las personas en tareas y problemas específicos. Es decir, un grupo de evaluadores especializados emiten juicios y ponderan de las producciones de los sujetos. Por ejemplo, Amabile y sus colaboradores han estudiado los desempeños de universitarios en tareas creativas específicas vinculadas al arte, la escritura y la resolución de problemas (Ruscio, Whitney y Amabile, 1998; Amabile, Conti y Pollak, 1994).

En el marco de estudios de la creatividad con minúsculas, también se han elaborado autoinformes que indagan factores condicionantes de los procesos creativos como por ejemplo, autovaloraciones, características de personalidad, influencias de otras personas, circunstancias particulares, comportamiento ideacional, desempeños en diversos contextos, entre otros. Para evaluar logros y desempeños se han construido cuestionarios como por ejemplo, el *Creative Behaviors Inventory* (Hocevar, 1979), instrumento compuesto de 90 ítems sobre comportamiento creativo en diferentes dominios (literatura, música, matemática/ciencia, arte, oficios, actuación), el *CAQ* (Carson, Peterson y Higgins, 2005) que evalúa desempeños creativos en las dimensiones arte, música, danza, diseño, literatura, humor, invenciones, descubrimientos cinéticos, teatro y cine y artes culinarios y el *Biographical Inventory of Creative Behaviors* (BICB) que incluye 34 actividades vinculadas a la creatividad de todos los días (Furnham et al. 2008). Características de personalidad son evaluadas mediante la *Escala de Personalidad Creativa* (Gough, 1979) compuesta de 30 adjetivos que se vinculan positiva o negativamente con la creatividad. El *RIBS*, cuestionario de evaluación de comportamientos ideacionales, (Runco, Plucker y Lim (2000-2001) valora conductas que reflejan el uso que las personas hacen de las ideas. Domino, Schmuck y Schneider (2002)

han elaborado un cuestionario que tiene ítems referidos a logros creativos y factores genéticos y ambientales que inciden en la creatividad.

Analizamos investigaciones recientes de la creatividad con minúsculas (Furnham et al. 2008; Furnham y Bachtiar, 2008; Vartanian, Martindale y Kwiatkowski, 2007; Dollinger, Burke y Gump, 2007; Strong et al. 2007; Dollinger, 2007; Plucker, Runco y Lim, 2006; Dollinger, Urban y James, 2004) y observamos que se utilizan diversos instrumentos que integran distintas perspectivas teóricas y metodológicas de estudio de los procesos creativos. Generalmente, se combinan pruebas estandarizadas, tareas evaluadas consensualmente y cuestionarios sobre logros creativos y desempeños en contextos cotidianos. Además de evaluar la *creatividad con minúscula* mediante diferentes instrumentos (resolución de tareas específicas, pruebas psicométricas y autoinformes), en las investigaciones actuales se estudian las relaciones entre creatividad y otros constructos como inteligencia, personalidad y procesos neurofisiológicos.

En el campo de investigación de los procesos creativos con minúsculas observamos diversidad de temas, técnicas, procedimientos y grupos de estudio. Temas *tradicionales*, como por ejemplo creatividad, inteligencia y personalidad, coexisten en el campo de los procesos creativos con tópicos nuevos como los vinculados a los avances en las neurociencias y los estudios de inteligencia artificial. Los avances en el campo de estudio de la creatividad con minúsculas parecen estar asociados a la amplitud de las poblaciones investigadas, al desarrollo de instrumentos más sofisticados y a la búsqueda de integraciones entre metodologías y procedimientos de diferentes enfoques.

Creatividad con mayúsculas

La existencia de la creatividad con mayúsculas es evidente no solo para los investigadores de los procesos creativos sino también para la sociedad en general. *Otra creatividad*, que trasciende los contextos cotidianos y los logros personales en determinadas situaciones, es

la que se ocupa de revolucionar los campos, originar interrogantes y productos que *rompen* con lo existente y generan nuevas perspectivas. El reconocimiento social de los expertos es determinante en la consideración de la creatividad con mayúsculas. Gardner (1993) sostiene que la creatividad es intrínsecamente una valoración comunitaria o cultural.

Según Csikszentmihalyi (1996), la creatividad es un proceso por el cual dentro de la cultura es modificado un campo simbólico. El autor propone una definición sistémica de la creatividad que incorpore personas, campos y ámbitos.

...la creatividad tiene lugar cuando una persona, usando los símbolos de un dominio dado, como la música, la ingeniería, los negocios o las matemáticas, tiene una idea nueva o ve una nueva distribución, y cuando esta novedad es seleccionada por el ámbito como correspondiente para ser incluida en el campo oportuno (Csikszentmihalyi, 1996: 46).

Respecto de quienes serían creativos con mayúsculas, los investigadores han establecido claramente algunos criterios indispensables. Gardner (1993) define a la persona creativa como aquella que resuelve problemas con regularidad, genera productos y define cuestiones en un campo de un modo que al principio es considerado nuevo, pero que luego es aceptado por un entorno cultural. Según Csikszentmihalyi (1996) una persona creativa es alguien cuyos pensamientos y actos cambian un campo o establecen un nuevo campo de conocimiento. La persona creativa es aquella que elabora algún producto que reúne criterios externos de novedad, utilidad, valor y verdad. Además, Gruber y Wallace (1999) señalan criterios vinculados a los objetivos y la duración de los procesos de creación, las personas creativas tienen objetivos específicos y de acuerdo a ellos orientan sus trabajos y dedican largos períodos de sus vidas al desarrollo de las ideas y los proyectos que los motivan.

Los inicios de la investigación de la creatividad están asociados a los estudios biográficos de grandes creadores de diferentes campos. Se han logrado importantes avances en los

estudios de la creatividad con mayúsculas, las investigaciones actuales se han diversificado y complejizado tanto en los diseños como en los tipos de análisis realizados. Mientras que algunos investigadores realizan estudios de caso único, otros recurren a muestras amplias para la búsqueda de regularidades, semejanzas y diferencias. Distintos instrumentos y fuentes de información son utilizados para recolectar datos biográficos y contextuales acerca de los procesos creativos desarrollados en diferentes campos. Asimismo, se observan diferentes tipos de análisis, que van desde estudios cualitativos que analizan detalladamente variables subjetivas y contextuales en casos únicos, hasta estudios estadísticos de características generales de grupos amplios de creativos.

Los estudios de Simonton (1999) recurren al método historiométrico de análisis de la creatividad. Esta metodología, de tipo cuantitativa, supone el análisis de hechos vitales relevantes en muestras amplias de creadores reconocidos. Los investigadores historiométricos de la creatividad utilizan pruebas estadísticas para comprobar hipótesis acerca de la incidencia de determinados factores familiares, educativos y sociales en la vida de los creadores. Según Simonton (1999) seis variables principales se han estudiado desde esta perspectiva: orden de nacimiento, precocidad intelectual, traumas de la infancia, contexto familiar, educación y entrenamientos especiales y rol de los modelos y mentores. Sin embargo, los investigadores historiométricos también se han ocupado de variables contextuales más amplias y han analizado factores culturales, sociales, económicos y políticos. Estos factores también condicionan las variables familiares y educativas mencionadas en primer lugar e influyen en los procesos de desarrollo de la creatividad (Simonton, 1999).

Entre los estudios más destacados de la creatividad con mayúsculas se encuentra la investigación de Gardner (1993) acerca de las vidas de siete personas creativas que se destacaron en diversos campos como la ciencia, el arte y la política. Los siete pensadores creativos investigados por Gardner fueron Freud, Einstein, Picasso, Stravinsky, Eliot, Graham y Gandhi. El autor analizó las vidas de estas personalidades integrando perspectivas

evolutivas y sistémicas; es decir, teniendo en cuenta tanto el desarrollo individual como las interacciones y los campos de trabajo de estos grandes creadores. A partir de los análisis biográficos realizados, Gardner (1993) observó ciertas regularidades en la vida de los creativos estudiados. Pactos faustianos y asincronías fecundas son dos de los factores determinantes de la creatividad, los creativos resignan múltiples aspectos de su vida personal y social a fin de sostener los pactos y compromisos con la creatividad y a la vez, aprovechan o explotan ciertas discordancias o diferencias para el desarrollo de la creatividad. Asimismo, Gardner (1993) ha definido otras regularidades en la vida de los creadores analizados: infancias con regímenes familiares estrictos, traslados hacia centros culturales importantes durante la adolescencia, descubrimiento de otros sujetos con similares talentos y ambiciones, selección de un dominio específico, desafío a la autoridad, inversión de una década en el aprendizaje de conocimientos propios de los campos, exploración de áreas remotas o peligrosas, sentimientos de soledad y relevancia del sostén afectivo y cognitivo.

En su libro *Creatividad. El flujo de la psicología del descubrimiento*, Csikszentmihalyi (1996) describe un interesante estudio realizado a partir de entrevistas a noventa y un individuos creativos con el objetivo de conocer cómo son las personas creativas, cómo funciona el proceso creativo y qué circunstancias estimulan o dificultan la producción de ideas originales. A lo largo de la publicación se integran análisis de eventos particulares de la vida de los creativos con los desarrollos logrados por estos en los campos particulares. El autor analiza las categorías emergentes y su relación con los tres elementos de la creatividad: personas, campos y ámbitos.

Según Csikszentmihalyi (1996) los rasgos que definen a una persona creativa son fundamentalmente dos tendencias opuestas, una gran curiosidad y apertura por un lado, y una perseverancia casi obsesiva por el otro. Ambas tienen que estar presentes para que una persona tenga ideas y luego logre imponerlas. Respecto de los ámbitos, el autor considera que siete elementos son importantes para el desarrollo de la creatividad: formación,

expectativas, recursos, reconocimiento, esperanza, oportunidades y recompensas. El rol de los mentores es determinante en las posibilidades de creatividad de los jóvenes, facilitar el ingreso a los ámbitos especializados y promover el aprendizaje de conocimientos teóricos y prácticos específicos son dos de sus tareas principales. En cuanto a los campos, la creatividad parece depender de la accesibilidad a la información y los modos en que están organizados los conocimientos en cada disciplina. En la propuesta de Csikszentmihalyi (1996) también se destaca otro concepto determinante para la comprensión de la creatividad: el *fluir*. “Las personas creativas difieren entre sí en diversas maneras, pero en un aspecto son unánimes: les encanta lo que hacen” (:135). La vivencia de experiencias de *fluir* es una constante en las manifestaciones de los creativos entrevistados. Estas vivencias son autotélicas y se caracterizan por la claridad de metas, la seguridad en las acciones, el equilibrio entre dificultades y destrezas, la integración de actividad y conciencia, la evitación de distracciones y la pérdida de nociones de tiempo y espacio.

Los estudios de Gruber y su equipo de investigación (Gruber y Wallece, 1999) analizan casos únicos de creativos con mayúsculas. Desde el enfoque de sistemas de evolución se estudian cambios y progresos en los procesos creativos de personalidades reconocidas de diversos campos. En este enfoque se hace especial hincapié en la dimensión temporal y evolutiva de los procesos creativos a partir del análisis de las interrelaciones entre condicionantes personales y contextuales. El enfoque de sistemas de evolución estudia múltiples facetas de la creatividad con mayúsculas: la singularidad de los creativos, el epítome, los sistemas de creencias, las modalidades de pensamiento, los múltiples momentos de la carrera creativa, los propósitos y las red de empresas de los creadores, los procesos de resolución de problemas, los marcos contextuales y los valores subyacentes (Brower, 2003; Gruber y Wallece, 1999). Los procesos creativos de personalidades de diversos campos como Piaget, Darwin, van Gogh, Einstein, Faraday, James y Richardson han sido estudiados desde el enfoque de sistemas de evolución (Brower, 2003; Vidal, 2003; Ippolito y Tweney, 2003; Wallace y Gruber, 1989).

En síntesis, los investigadores han utilizado diversas formas de estudiar los creativos con mayúsculas que dependen del tamaño de muestra (casos únicos, muestras pequeñas o grupos amplios), de la época en la que vivieron los creativos (era moderna o contemporáneos) y de los instrumentos utilizados (biografías y autobiografías, análisis de documentos o entrevistas). Significativos avances se han logrado en los estudios de la creatividad con mayúsculas, se ha logrado establecer algunos factores determinantes de los procesos creativos que han revolucionado diversos campos. No obstante, quedan múltiples interrogantes por responder asociados a la singularidad de cada creativo y a las dificultades para establecer generalizaciones entre creativos y entre campos.

Entre mayúsculas, minúsculas y algo más...

Hemos presentado investigaciones tanto de la creatividad con minúsculas como de la creatividad con mayúsculas. Respecto de las relaciones entre ambas *creatividades*, observamos diferencias entre los autores especialistas. Mientras que algunos entienden que existe cierta continuidad entre la creatividad de la gente común y los procesos creativos de las grandes eminencias (Ward, Smith y Finke, 1999), otros investigadores sostienen que no existiría relación secuencial entre ambas *creatividades* (Gardner, 1993; Csikszentmihalyi, 1996). Comprender las relaciones entre las *creatividades* es aún más complejo si incorporamos a las tradicionales, la *mini-c creatividad* y la *pro-c creatividad* tal como proponen (Kaufman y Beghetto, 2009).

Múltiples factores parecen condicionar la aparición de la creatividad con mayúsculas y dificultar la predicción de la misma. Factores cognitivos, motivacionales, rasgos de personalidad, estilos de pensamiento, conocimientos e informaciones disponibles, experiencias evolutivas, reglas y particularidades de los campos de conocimiento, criterios de selección y aprobación de los ámbitos especializados, características de los contextos sociales y culturales, entre otras variables, se conjugan en el proceso creativo y condicionan las posibilidades de desempeños y producciones

Creativas con mayúsculas. Además de la relevancia de ciertas características de las personas, los ámbitos y los campos, es indispensable que el sujeto pueda interiorizar el sistema creativo, no solo trabajar en él, sino también reproducir dicho sistema dentro de su mente (Csikszentmihalyi, 1996). La suerte, la perseverancia, el esfuerzo, la dedicación y el placer también incidirían en el despliegue de las potencialidades creadoras.

¿Cuáles son las variables y los procesos que median entre las *creatividades*? ¿Qué factores determinan el surgimiento de la creatividad con mayúsculas? ¿Es posible predecir este surgimiento? Estas preguntas aún constituyen enigmas en el campo de investigación de la creatividad. A partir de las investigaciones que presentamos en la Sección Empírica, arriesgaremos algunas conjeturas tendientes a responder estos interrogantes y construir *teorías* sobre las *creatividades*.

Desafíos en el campo de la creatividad

En los últimos cincuenta años, se han producido significativos avances en el campo de los procesos creativos. Lejos quedaron aquellas consideraciones que definían a la creatividad como un atributo individual y cognitivo. Ivcevic (2009) subraya la necesidad de teorías de la creatividad que esclarezcan acerca de las relaciones entre potencial y producto creativo y a la vez, consideren los múltiples factores subjetivos, cognitivos e interaccionales que determinan los procesos de creación.

Los planteos actuales indican que los procesos creativos dependen de la confluencia de diversas variables subjetivas y contextuales. Es en la intersección de las relaciones entre sujetos y contextos donde observamos que se encuentran los desafíos de la investigación sobre creatividad. Entendemos que la creatividad depende de las capacidades y potencialidades de las personas y de los contextos reales en los que estas interactúan. Sin embargo, también pensamos que esta consideración es limitada en tanto no esclarece demasiado respecto de las relaciones entre las variables subjetivas y contextuales en el proceso creativo (Elisondo, 2008a).

Tal vez, los próximos desafíos de la investigación de la creatividad se vinculen a la comprensión de las características particulares que definen las relaciones que los sujetos establecen con los contextos globales y específicos para desplegar procesos creativos.

Avanzar en la comprensión de la creatividad de todos los días, los contextos en los que ésta se desarrolla y las acciones de los sujetos en dichos contextos es, a nuestro criterio, uno de los retos del campo de investigación de los procesos creativos. Asimismo, conocer los procesos que median entre capacidades y desempeños, y entre las diversas *creatividades* son tópicos relevantes en el campo de la creatividad, al igual que los demás temas emergentes mencionados en párrafos anteriores.

Afrontar los desafíos del campo de la creatividad parece posible solo a partir de la integración de enfoques y perspectivas de análisis. Cada uno de los enfoques descritos ofrece herramientas para comprender facetas específicas de la creatividad, pero no permiten analizar la complejidad del fenómeno y las interrelaciones entre las diversas variables que intervienen los procesos creativos. Al igual que Sternberg y Lubart (1999), Mayer (1999), Mumford (2003) y Runco (2007), consideramos que para lograr avances significativos en el campo de la creatividad es necesario trabajar en la articulación de diversas perspectivas teóricas y metodológicas y crear modelos holísticos para la comprensión sistémica de los procesos creativos y las creatividades.

SECCIÓN EMPÍRICA

Estudio 1: creatividad con minúsculas

Presentación y consideraciones metodológicas

Atendiendo a planteos actuales del campo de investigación de los procesos creativos, consideramos que la creatividad es una potencialidad de todas las personas que puede ser desarrollada en diferentes contextos y situaciones. Partiendo de este supuesto nos proponemos en la presente investigación estudiar la creatividad en personas comunes, analizando factores que inciden en los procesos de despliegue de la misma en contextos cotidianos. Nuestro objeto de estudio ha sido definido por los autores a partir de diferentes construcciones conceptuales: creatividad con minúsculas (Gardner, 1993), creatividad psicológica (Boden, 1999) y creatividad cotidiana (Richards, 2007a y b). En este estudio pretendemos investigar acerca de las particularidades de los sujetos personalmente creativos (Csikszentmihalyi, 1996) y de las relaciones que éstos establecen con los contextos donde se desempeñan.

En el marco de los contextos cotidianos de interacción, en la presente investigación nos centramos en las actividades de *tiempo libre*. Los desempeños creativos de las personas en contextos laborales y académicos no son objeto de análisis del presente estudio. Distinguimos de manera general, y a los fines de explicitar los propósitos de la presente investigación, actividades de *tiempo libre* y actividades *obligatorias* (académicas y laborales). Sin embargo, reconocemos que la noción de tiempo libre es compleja y depende de construcciones subjetivas y culturales respecto de lo que se considera trabajo y ocio. Asimismo, cada persona define de manera particular *su* tiempo libre y las formas de *usarlo*.

En el presente estudio, analizamos las relaciones entre creatividad y actividades estructuradas que las personas realizan durante su *tiempo libre*. El *tiempo libre* es usado y reconstruido por los sujetos para la realización de diversas actividades, algunas de

ellas pueden considerarse actividades de ocio en tanto generan experiencias subjetivas gratificantes y placenteras (Cuenca, 2009). Actividades de ocio activo (Menchen, 2007; Cuenca, 2000) son las analizadas en la presente investigación, es decir acciones de los sujetos en diversos contextos que se caracterizan por la libre elección de participación, la estructuración de las propuestas en encuadres determinados y el compromiso con que las personas las desarrollan. Las actividades de ocio activo suponen una importante implicación de los sujetos en las mismas, no son acciones esporádicas sino que tienen un desarrollo prolongado a lo largo del tiempo.

En suma, nuestro objetivo general es estudiar procesos creativos desarrollados por personas comunes en el marco de actividades de ocio activo. La hipótesis general que orienta nuestra investigación es que las actividades estructuradas de ocio ofrecen a las personas comunes múltiples oportunidades para el despliegue de la creatividad. Construimos esta hipótesis a partir de estudios teóricos y empíricos previos, en los que observamos relaciones entre creatividad y actividades extra-laborales o extra-académicas (Elisondo, 2008a; Elisondo, 2008b; Furnham et al. 2008; Wolfradt y Pretz, 2001).

A partir del objetivo general definido, establecimos objetivos específicos que definen los tres capítulos que componen la presente investigación. En cada uno de estos capítulos incorporamos distintos instrumentos de recolección de datos y conformamos grupos de estudio con características particulares. En el estudio también integramos diferentes perspectivas actuales del campo de investigación de los procesos creativos, se *utilizan* enfoques psicométricos, experimentales y contextuales para la recolección y el análisis de los datos.

En la Parte 1 analizamos las relaciones entre diversas mediciones de la creatividad, actividades estructuradas de ocio y autopercepciones construidas por los sujetos. De manera complementaria, incluimos análisis de incidencia de variables socio-demográficas en las mediciones de creatividad y estudios correlacionales entre los resultados obtenidos en cada instrumento

utilizado. Participaron del estudio 300 personas adultas que conforman un grupo heterogéneo en cuanto a género, edad, escolaridad y ocupación. La participación en actividades estructuradas de ocio fue el criterio principal para dividir este grupo en dos grandes subgrupos, quienes se desempeñan en actividades extras (N=150) y quienes no lo hacen (N=150). Se consideraron diversos tipos de actividades estructuradas de tiempo libre (artísticas, culturales, comunitarias, etc.). Los instrumentos utilizados incorporan técnicas y procedimientos de los enfoques psicométricos, experimentales y contextuales de estudio de la creatividad. Utilizamos una prueba estandarizada de evaluación de las capacidades creativas, una tarea de producción de un texto breve (Título) que es puntuada según la Técnica de Evaluación Consensual (Amabile, 1996) y cuestionarios sobre logros creativos y actividades de la vida cotidiana.

En la Parte 2 del estudio investigamos los procesos creativos desplegados a partir de la participación de las personas en diversas actividades estructuradas de ocio. Entrevistas a las personas que desarrollan este tipo de actividades es la estrategia utilizada para la recolección de datos en esta parte del estudio. Los contextos en los que se desarrollan las acciones, los recursos disponibles y las interacciones que establecen las personas durante las actividades extras son objeto de análisis en esta parte de la investigación. A partir de las expresiones de los sujetos, hemos analizado los factores que intervienen en los procesos de despliegue de la creatividad en contextos de ocio y los *beneficios* subjetivos y sociales que se generan a partir de las acciones estructuradas de ocio.

En la Parte 3 definimos particularidades de los procesos creativos según el tipo de actividades desarrolladas o las características específicas de los grupos. A los fines analíticos, establecimos *grupos* cuyos rasgos y acciones nos interesa remarcar en esta parte del estudio. Semejanzas y diferencias en los procesos de despliegue de la creatividad de estos grupos, son señaladas en la última parte del estudio.

Varios estudios parecen componer el Estudio 1, no obstante hemos decidido presentarlos de manera unitaria en tanto

consideramos que se trata de *una* investigación cuyo propósito general es analizar los complejos procesos creativos en contextos cotidianos. Recurrir a diferentes enfoques, instrumentos y *grupos* es una estrategia para lograr simbolizaciones más avanzadas acerca de estos complejos procesos.

Estudios previos

El estudio que presentamos se sustenta en investigaciones previas referidas al tema de la creatividad en las que se incorporaron diversas poblaciones e instrumentos de evaluación. Uno de los antecedentes principales es la investigación presentada como Tesis de Maestría titulada *Creatividad y sus contextos. Estudios en la Universidad* (Elisondo, 2008a). Dicha investigación se compone de cuatro estudios en los que se analizan las relaciones entre los sujetos y los contextos educativos en el despliegue de la creatividad. En el Estudio 1 se indagan las potencialidades creativas de un grupo de 549 alumnos de la Universidad Nacional de Río Cuarto y se analizan las posibles relaciones entre creatividad y variables socio-demográficas, académicas y extra-académicas. En el Estudio 2 se analizan las percepciones de los alumnos identificados como potencialmente más creativos. Se estudian las percepciones construidas por estos alumnos respecto de sí mismos, de los contextos educativos en la universidad y de las oportunidades para desplegar la creatividad. A partir de los resultados obtenidos en los Estudios 1 y 2, se definieron dos nuevas investigaciones, el Estudio 3 que se centra en el análisis de las percepciones respecto de los contextos educativos de alumnos que participan en actividades extra-académicas en la universidad y el Estudio 4 que se diseñó para profundizar en la comprensión de las relaciones entre potencialidades creativas y apertura a la experiencia. Entre los resultados más importantes, hallamos relaciones entre creatividad y participación en actividades extra-académicas. Observamos que los alumnos identificados como potencialmente más creativos muestran una marcada apertura hacia múltiples y diversas actividades, hecho que los diferencia del resto de los estudiantes. Los alumnos más creativos desarrollan de

manera simultánea actividades artísticas, deportivas, culturales y comunitarias dentro y fuera de la universidad.

También observamos relaciones entre creatividad y participación en actividades extras en un estudio realizado con alumnos de la Universidad de Murcia (España) y la Universidad de Río Cuarto. Participaron 132 alumnos españoles y 146 argentinos. Además de un test de creatividad y un cuestionario sobre desempeños cotidianos y académicos, se utilizaron instrumentos de evaluación de la personalidad y la inteligencia. Se observó, entre cosas, que los alumnos que participaban regularmente en actividades artísticas, culturales y comunitarias obtuvieron puntajes significativamente superiores en el test de creatividad utilizado (Elisondo, 2008b).

Otras investigaciones también nos informan acerca de las vinculaciones entre creatividad y actividades extras. Luego de un estudio realizado con población adulta, Wolfradt y Pretz (2001) han planteado que existen relaciones entre las actividades que las personas realizan en el tiempo libre y la creatividad. Según los autores, la participación regular en ciertas actividades de tiempo libre sería un indicador de creatividad. Entre otras cosas, llegaron a la conclusión de que apertura a la experiencia correlacionaba positivamente con las tres medidas de creatividad utilizadas en la investigación: escala de personalidad creativa CPS, hobbies y desempeño en tareas creativas. Furnham et al. (2008) hallaron correlaciones significativas entre actividades cotidianas creativas, autopercepciones sobre creatividad y puntajes en pruebas de pensamiento divergente. Snoek Neiva do Amaral (2006) estudió en profundidad cinco casos de alumnos universitarios creativos. Entre otras cosas, observó una marcada participación en actividades extra-académicas y una constante apertura hacia la búsqueda de nuevas experiencias.

Teniendo en cuenta datos emergentes de investigaciones previas, asignamos a la participación en actividades extras un papel destacado en el estudio de la creatividad de la gente común. Seleccionamos los grupos en función de la participación de los sujetos en actividades extras considerando que las mismas ofrecen

oportunidades para el despliegue de la creatividad en contextos cotidianos.

Grupo de estudio

Conformamos el grupo de estudio atendiendo a criterios de diversidad y heterogeneidad en cuanto a variables socio-demográficas (género, edad, nivel de escolaridad, ocupación). Consideramos que trabajar con una población diversa es relevante en tanto permite obtener datos acerca de contextos y formas de interacción disímiles. Además, establecimos como requisito que las personas fuesen mayores de 18 años. Teniendo en cuenta los objetivos propuestos y los estudios previos efectuados, también definimos a la participación en actividades extra-laborales o extra-académicas como criterio para la conformación del grupo.

Forman parte del grupo de estudio de la presente investigación 300 personas mayores de 18 años que residen en la ciudad de Río Cuarto o en localidades próximas. El 73% de los participantes son de género femenino (N=220). Los participantes del estudio tienen entre 18 y 85 años. A los fines analíticos, establecimos 4 categorías de edades: 177 participantes entre 18 y 25 años (59%), 57 sujetos entre 26 y 40 años (19%), entre 41 y 60 años 45 personas (15%) y el resto (N=21) más de 60 años (7%).

Respecto del nivel de escolaridad, al momento de la recolección de los datos, el 57% de los encuestados estaba cursando estudios superiores (N=171). El 18% de los participantes tiene estudios secundarios completos (N=54), el 15% estudios superiores completos (N=45), el 7% secundario incompleto (N=21), el 3% estudios primarios (N=9). Los datos sobre escolaridad se corresponden con los referidos a ocupaciones de los participantes. Forman parte de la muestra 174 estudiantes (58%), 51 empleados (17%), 24 docentes (8%), 21 comerciantes, profesionales o trabajadores autónomos calificados (7%), 18 jubilados (6%), y 12 amas de casa (4%).

La mitad de las personas que conforman el grupo de estudio participan activa y regularmente en actividades extras durante su tiempo libre. Son actividades que la mayoría de las veces no se vinculan con los desempeños académicos o laborales cotidianos de los sujetos. Estas actividades estructuradas y regladas se enmarcan en proyectos de organizaciones específicas y tienen encuadres particulares (tiempo, espacio, participantes, etc.). La libre elección y decisión de participación por parte de los sujetos también caracteriza a las actividades extras que analizamos en el presente estudio. Sin embargo, no se trata de acciones esporádicas y discontinuas, los participantes del estudio demuestran un marcado compromiso y una importante dedicación de tiempo y esfuerzo para lograr desarrollar dichas actividades.

Para la conformación de este *subgrupo* (los que participan en actividades extras) consideramos diversos contextos y tipos de actividades (artísticas, culturales, comunitarias, religiosas, etc.). También tuvimos en cuenta la *antigüedad* de los sujetos en las actividades, al menos un año de *experiencia* fue el requisito establecido. El 21% de las personas que participan en actividades extras lo hacen en Organizaciones No Gubernamentales orientadas hacia el bien común (N=32). Promoción de la educación y la salud de sectores desfavorecidos, conservación del medio ambiente y preservación de la salud de animales son algunas de las finalidades que persiguen las ONGs en las que participan los entrevistados. Practican danzas (tradicionales, clásicas, árabes, etc.) en académicas y agrupaciones de baile 19 participantes, 18 se dedican a la música (ejecución de instrumentos, canto, dirección de bandas) y 16 sujetos se desempeñan en actividades vinculadas a las artes plásticas. Realizan artesanías 16 entrevistados, 15 sujetos se desempeñan en comunidades religiosas y 9 participan en talleres de teatro. El 17% de quienes participan en actividades extras lo hacen en varias de las propuestas artísticas y comunitarias mencionadas anteriormente (N=25).

Instrumentos y procedimientos

El proceso de recolección de datos se realizó en Río Cuarto (Córdoba) en el período comprendido entre marzo de 2008 y agosto de 2009. Los lugares en los que se recogieron los datos variaron en función de la pertenencia institucional de los participantes, se trabajó en instituciones educativas formales, asociaciones vecinales y organizaciones comunitarias, religiosas, artísticas y culturales. En algunos casos se trabajó de manera individual y en otros, en pequeños grupos. Se informó a las personas participantes del estudio acerca de las características y los objetivos de las investigaciones. Contamos con el consentimiento de las personas para la recolección, análisis y publicación de los datos preservando el anonimato de los participantes. Las informaciones y los datos han sido tratados de manera confidencial.

Ya nos hemos referido a la complejidad que implica el estudio de la creatividad y la evaluación de las capacidades y procesos creativos (Donolo y Elisondo, 2007). Procuramos en la presente investigación integrar diversas perspectivas, instrumentos y procedimientos de evaluación de la creatividad en contextos cotidianos. Consideramos que solo a partir de la integración de enfoques y metodologías es posible una comprensión adecuada, aunque siempre parcial, del complejo fenómeno de la creatividad y sus contextos.

En la presente investigación la creatividad fue evaluada a partir de diferentes instrumentos y técnicas que permitieron la integración de distintas perspectivas de análisis. En el marco de los enfoques psicométricos, se utilizó la prueba estandarizada *CREA. Una medida cognitiva de la creatividad* (Corbalán et al. 2003). Tomando en consideración las perspectivas experimentales y consensuales, se diseñó una tarea específica de producción creativa que luego fue evaluada por jueces independientes. Estas dos formas de evaluación nos informan acerca de capacidades creativas, en cambio el cuestionario de logros creativos CBI (Hocevar, 1979) recoge datos sobre los desempeños de los sujetos en contextos cotidianos diversos. También incorporamos cuestionarios y

entrevistas para acceder a datos respecto de la vida diaria de los sujetos, las actividades de tiempo libre y las formas en que perciben sus propias capacidades creativas y los contextos en los que las despliegan.

Colaboraron en la administración de los instrumentos (prueba estandarizada, tarea creativa y cuestionario sobre logros) un grupo de personas entrenadas en técnicas de recolección de datos e investigaciones sobre creatividad. La administración de los instrumentos de evaluación de capacidades y logros creativos se efectuó en una sesión de aproximadamente 40 minutos. En algunos casos, se concretaron dos sesiones de trabajo. Los instrumentos se administraron en el siguiente orden: Test CREA, tarea específica, cuestionario de logros creativos, cuestionario sobre vida cotidiana y entrevista semi-estructurada (a las personas que participan en actividades extras).

Hemos seleccionado como instrumento estandarizado al Test CREA por varios motivos, se trata de una de las propuestas más actuales y novedosas de evaluación de la creatividad, el instrumento cumple con criterios técnicos referidos a validez y confiabilidad y además, contamos con baremos actualizados confeccionados con poblaciones normativas de características similares a la de nuestro estudio. La prueba *CREA. Inteligencia Creativa. Una medida cognitiva de la creatividad* es un instrumento que fue elaborado de manera conjunta por un equipo de investigadores de la Universidad de Murcia y de la Universidad Nacional de Río Cuarto. El test tiene como finalidad evaluar la inteligencia creativa según el indicador de generación de cuestiones, en el contexto teórico de búsqueda y solución de problemas (Corbalán et al. 2003). El CREA ofrece una medida indirecta de la creatividad, en tanto fuerza a activar los mecanismos que participan en el acto creativo pero no implica estrictamente una ejecución productiva creativa. Es una medida de capacidades y posibilidades, ya que no informa acerca de cuanto de mecanismos de la creatividad el sujeto pone en uso habitualmente, sino de cuanto es capaz de poner en práctica.

El CREA utiliza como procedimiento de medida de la creatividad la capacidad del sujeto para elaborar preguntas. La prueba consta de tres láminas estímulo (A, B y C) a partir de las cuales los entrevistados deben formular la mayor cantidad de interrogantes posibles en un tiempo establecido. Cada interrogante supone un nuevo esquema cognitivo nacido de la interacción del estímulo con la capacidad del sujeto de abrir esa nueva información a toda la que él ya dispone, esta disposición para la apertura y versatilidad de esquemas cognitivos define el estilo psicológico creativo. Dada las elevadas correlaciones entre las láminas del CREA obtenidas en estudios previos (Elisondo, 2008a; Elisondo, Donolo y Corbalán, 2009) y considerando las indicaciones del manual del instrumento, decidimos administrar solo la Lámina B de la prueba. Esta lámina está especialmente indicada para población adulta. El test CREA se administró y puntuó teniendo en cuenta las pautas y los criterios establecidos en el manual. Se utilizó la consigna general que consta en el manual (*Se te va a presentar una ilustración. Tu tarea consiste en escribir brevemente todas las preguntas que puedas hacer sobre lo que representa la lámina. Trata de hacer el mayor número posible de preguntas*) y se controló el tiempo pautado para la ejecución de la prueba (4 minutos).

Desde hace varios años utilizamos el Test CREA como instrumento de evaluación de la creatividad. Diversos estudios, que también podrían considerarse antecedentes de la presente investigación, dan cuenta de nuestro conocimiento respecto del instrumento, las formas de aplicaciones, corrección e interpretación de los resultados. En un estudio realizado con población infantil (Donolo y Elisondo, 2007), hemos observado diferencias significativas entre los puntajes de los niños de 6 a 8 años respecto de los de 9 a 11 años. Consideramos que la edad es una variable a tener en cuenta a la hora de evaluar los desempeños en el CREA de los niños. También estudiamos los estímulos presentados en el CREA e incorporamos, de manera exploratoria, nuevos estímulos. Hallamos correlaciones elevadas y significativas entre las Láminas del CREA y los dos nuevos estímulos incluidos en el estudio. Observamos similitudes de respuesta por género y diferencias por edad y escolaridad (Elisondo y Donolo, 2011).

Atender a variables vinculadas a la edad y la escolaridad parece relevante a la hora de interpretar los resultados del CREA.

Martínez Zaragoza (2003) ha realizado un exhaustivo análisis de las propiedades psicométricas del CREA y ha concluido que el instrumento cumple con los estándares básicos de fiabilidad y validez exigibles a una prueba psicológica. Según el investigador, el CREA representa una propuesta sólida dentro de los procedimientos de evaluación destinados a la medida de la creatividad. En los últimos cinco años, se han realizado diversos estudios en los que se analizaron las relaciones entre el CREA, otros instrumentos y procedimientos de evaluación de la creatividad y constructos como inteligencia, personalidad y estilos de pensamiento (Elisondo y Donolo, 2010; Almansa Martínez y López Martínez, 2010; Elisondo, Donolo y Corbalán, 2009; Sanz de Acedo y Sanz de Acedo, 2008; López Martínez y Navarro Lozano, 2008; Chacón Araya y Moncada Jiménez, 2006). Los resultados indican correlaciones de intensidad baja y moderada entre las mediciones de creatividad y las de inteligencia y personalidad. Asimismo, se han observado correlaciones elevadas entre distintas mediciones de creatividad.

Luego del Test CREA, se les propuso a los sujetos la realización de una tarea breve de escritura de un título a partir de lo observado en la Lámina B. Para la concreción de esta tarea los participantes no tuvieron ninguna limitación de tiempo. Tampoco hubo restricciones respecto de la longitud y el contenido de las frases creadas. La evaluación de la tarea estuvo a cargo de jueces independientes quienes puntuaron los títulos en una escala del 1 al 5 considerando 1 como menos creativo y 5 como más creativo. Se siguieron las pautas establecidas en el Método de la Evaluación Consensual (Amabile, 1996), cada juez evaluó las producciones a partir de su propio criterio subjetivo acerca de lo que es creativo.

Tres tipos de jueces evaluaron las producciones de los participantes: expertos (N=5), no expertos con elevadas capacidades creativas (N=5) y no expertos con capacidades creativas medias (N=5). Cinco jueces expertos puntuaron los títulos elaborados por los participantes, estos jueces tienen

experiencia en el campo de la expresión escrita y la literatura, han ganado premios locales y nacionales y han participado como jurados en concursos literarios. Conforman el grupo de los jueces no expertos, diez alumnos universitarios entrenados respecto de la Técnica de Evaluación Consensual de la Creatividad que no tienen experiencia en el campo de la expresión escrita. Las capacidades creativas de los jueces no expertos se evaluaron con la Prueba CREA, se consideraron como elevados aquellos puntajes que se ubican por encima del percentil 75. Los jueces con capacidades creativas medias obtuvieron puntajes en el CREA entre los percentiles 74 y 26.

La elección de los jueces se realizó teniendo en cuenta los parámetros establecidos en investigaciones previas (Amabile, 1996; Ruscio, Whitney y Amabile, 1998; Kaufman, Gentile y Baer, 2005; Kaufman et al. 2008) en las que se recurrió a la valoración de diferentes de jueces (expertos, no expertos, universitarios, personas entrenadas en evaluaciones consensuales, etc.). Los análisis estadísticos de los resultados obtenidos también se realizaron según las indicaciones presentadas por Amabile (1996), es decir se calcularon coeficientes de confiabilidad entre puntajes asignados por los jueces para cada producción.

Diseñamos esta tarea en tanto consideramos que podía ofrecer un indicador sobre capacidades creativas y a la vez, contar con la ventaja de ser una actividad de fácil comprensión y resolución, breve y acorde a las características de la población de estudio, definida por la diversidad de edades y niveles de escolaridad. En un estudio previo, solicitamos a las personas que escriban una historia respecto de lo observado en la lámina. Esta actividad planteó numerosas dificultades a varias de las personas de la muestra, especialmente las que contaban con niveles de escolaridad bajo o dificultades en las habilidades de escritura. Consideramos que la elaboración de títulos podía ser una actividad más sencilla y que a la vez, nos permitiera acceder a indicadores acerca de la creatividad. La corrección y puntuación de los títulos tampoco ha generado dificultades a los jueces seleccionados. Entendemos que la tarea propuesta cumple con los criterios establecidos por Amabile (1996) para las actividades evaluables

consensualmente: viabilidad de resolución, flexibilidad en las posibles respuestas, identidad de consignas, materiales y procedimientos para todos los participantes y susceptibilidad de valoración de jueces.

Luego de la tarea de escritura de títulos les propusimos a los participantes completar el Cuestionario de Logros Creativos (CBI) (Hocevar, 1979). Este instrumento consta de 90 ítems a partir de los cuales se evalúan logros en diferentes campos: música (12 ítems), literatura (14 ítems), artes plásticas (8 ítems), artesanías (19 ítems), actuación (12 ítems) y ciencia (10 ítems). También se incluye otro grupo de desempeños definidos como *no-categorizables* (15 ítems) en los campos anteriores que incluyen logros creativos varios (Ver Anexo I). Los ítems del CBI se refieren a logros como por ejemplo *escribió una historia corta, cocinó un plato original, realizó una artesanía de metal, dirigió una producción dramática, tiene un trabajo científico publicado*. Los participantes deben puntuar 0 (nunca), 1 (1 o 2 veces), 2 (de 3 a 5 veces) o 3 (más de 5 veces).

El CBI es un instrumento utilizado en investigaciones actuales, en las cuales se demuestra la pertinencia del mismo para la valoración de desempeños creativos en diferentes campos. Estas investigaciones incorporan este cuestionario junto a otros instrumentos de evaluación de la creatividad y de las demás variables de interés (Silvia et al. 2009; Nassif y Quevillon, 2008; Dollinger, Burke y Gump, 2007; Dollinger, 2007; Dollinger, Urban y James, 2004; Morrison y Wallace, 2001). Seleccionamos este instrumento en función de análisis de investigaciones previas y comparaciones con otros cuestionarios disponibles. Observamos que el CBI es uno de los instrumentos más completos y fáciles de responder considerando, tal como ya lo hemos mencionado, la diversidad de edades y niveles de escolaridad de la muestra de nuestro estudio.

Todos los participantes respondieron un breve cuestionario que elaboramos a fin de obtener datos respecto de variables socio-demográficas (género, edad, nivel de escolaridad, localidad de residencia, ocupación), actividades cotidianas y de tiempo libre, autopercepciones sobre la creatividad. Se les preguntó a las

personas sí creían que eran creativas y qué puntaje (del 1 al 10) se asignaban para valorar sus capacidades creadoras. Además, se interrogó a los participantes respecto de las actividades o situaciones en las que se consideraban creativos. En el cuestionario se incluyeron preguntas acerca de las actividades de tiempo libre que realizan las personas, se consideraron actividades estructuradas y no estructuradas.

Las personas que participan regular y activamente en actividades extras estructuradas fueron entrevistadas. Las entrevistas se centraron en los siguientes lineamientos: descripción de las actividades extras (lugar, tiempo, personas con quienes interactúan, propósitos, condicionantes positivos y negativos), sentimientos y motivaciones asociadas a la participación en las actividades, organización de los tiempos laborales, familiares y de ocio, interés por otras propuestas y actividades de tiempo libre. Las entrevistas se realizaron en diferentes entornos, generalmente en los espacios en los que las personas realizan las actividades extras, la duración promedio de cada encuentro fue de 30 minutos.

Análisis de datos

Efectuamos diversos tipos de análisis, en la Parte 1 presentamos resultados obtenidos a partir de estudios estadísticos del comportamiento de las variables consideradas (participación en actividades extras, autopercepciones de la creatividad, capacidades y logros creativos). En este primer capítulo analizamos los datos emergentes de los cuestionarios y las pruebas estandarizadas administradas a todo el grupo de estudio. Los resultados obtenidos son interpretados a la luz de planteos teóricos e investigaciones previas referidas a las temáticas propuestas. Al final del escrito, en el Anexo II, presentamos tablas que ilustran los análisis estadísticos descriptivos y correlacionales efectuados. Utilizamos en esta etapa del proceso de investigación distintos procedimientos estadísticos de análisis univariados (distribuciones de frecuencias, medidas de tendencia central, medidas de dispersión, etc.) y bivariados (estudios de asociaciones y correlaciones entre

variables, análisis de diferencias de medias, análisis de varianza, etc.).

Los análisis realizados a partir de los datos obtenidos de las entrevistas con las personas que participan regularmente en actividades extras están detallados en la Parte 2 del presente estudio. Seguimos los lineamientos del método de comparaciones constantes (Glasser y Straus, 1967; Soneira, 2007) para la generación de las categorías emergentes durante el proceso de investigación. En líneas generales, este método combina la codificación y comparación de categorías e incidencias observadas durante el proceso de investigación. Además, la construcción y comparación de categorías incluye una amplia variedad de procedimientos que se combinan de manera simultánea. A partir del análisis de las entrevistas construimos distintas categorías mediante procesos de codificación, enumeración, comparación, combinación, entre otros. También buscamos relaciones entre categorías y elaboramos construcciones más generales como así también subcategorías. En función de planteos y estudios previos, interpretamos las teorías construidas a partir de los datos.

En la Parte 3 nos referimos a particularidades de algunos grupos de personas que participan en actividades extras. Analizamos estas particularidades estableciendo semejanzas y diferencias con otros grupos y utilizamos estudios previos para realizar interpretaciones de las expresiones de los sujetos. Los *grupos* han sido definidos a partir de los análisis realizados, hemos agrupado expresiones de personas que se desempeñan en contextos similares o que comparten ciertas características socio-demográficas. La división en grupos ha sido realizada con fines estrictamente analíticos y con el propósito de resaltar algunas particularidades de estos colectivos.

Un estudio de la creatividad en contextos cotidianos: ¿Por qué y para qué?

Creemos relevante estudiar la creatividad en contextos cotidianos manteniendo una postura teórica que sustente la existencia de

potencialidades creativas en todas las personas. Además, nos interesa remarcar que el despliegue de la creatividad es posible en diversos contextos cotidianos. Asimismo, intentamos mostrar una perspectiva de investigación que integra diversos enfoques de análisis, consideramos que ésta es una de las principales formas de lograr comprensiones ajustadas del complejo fenómeno de la creatividad.

Trascender las concepciones clásicas que entienden a la creatividad como don de unos pocos *aplicable* solo a algunos campos es importante teórica y prácticamente. En el campo teórico de la creatividad se han superado las concepciones elitistas e individualistas, sin embargo en el campo práctico queda mucho por hacer en la promoción de la creatividad de la gente común y en la construcción de espacios y alternativas donde los diversos potenciales creadores puedan ser desplegados. Entendemos que aportar datos empíricos acerca de las relaciones entre ocio y creatividad es una contribución válida no solo al campo teórico sino también al ámbito de las políticas sociales y comunitarias.

Creatividad, ocio y ocio creativo son tópicos indispensables a tener en cuenta en la investigación de las prácticas cotidianas. Diversos autores han argumentado acerca de la importancia de los estudios y de la promoción del ocio como derecho universal (Cuenca, 2009; Monteagudo, 2007) y de la búsqueda de articulaciones entre ocio y creatividad (Boyd Hegarty, 2009). Los beneficios del ocio y del desarrollo de la creatividad cotidiana también han sido documentados en numerosas investigaciones (Richards, 2007a, Monteagudo, 2008; Runco, 2004). Mejora de calidad de vida, promoción de salud, autorrealización, desarrollo subjetivo y social son algunos de los *productos* emergentes del ocio y la creatividad.

Consideramos que el estudio es importante socialmente en tanto pretendemos construir conocimientos acerca de las particularidades de los procesos creativos de las personas comunes que despliegan sus potencialidades en diversos contextos y campos. Asimismo, es nuestro objetivo aportar datos acerca de las variables subjetivas y contextuales que condicionan el desarrollo de

la creatividad de todos los días. Entendemos que estos datos pueden ser de utilidad para aquellas personas interesadas en construir espacios educativos, recreativos y laborales propicios para la generación de ideas y producciones originales, alternativas y divergentes. También nos interesa identificar los *beneficios* que generan en la vida de las personas comunes el despliegue de la creatividad en contextos cotidianos, entendemos que creatividad, salud y calidad de vida son variables que se interrelacionan en dichos procesos.

Estudio 1

Parte 1: *Buscando la creatividad*

Hace más de 10 años, Csikszentmihalyi (1996) se preguntaba dónde está la creatividad. A pesar de los grandes avances logrados, este interrogante aún no ha sido resuelto de manera unívoca en el campo de la creatividad con minúsculas. Buscamos algunos indicadores acerca de la creatividad de la gente común, examinamos distintas variables e intentamos establecer relaciones entre potenciales y logros creativos, evaluados a partir de diversas técnicas, y las acciones de los sujetos en contextos cotidianos. Presentamos los análisis estadísticos y las interpretaciones realizadas considerando los datos obtenidos a partir de los cuestionarios y las pruebas administradas a las 300 personas participantes del estudio.

En función de resultados de estudios previos, hemos considerado a la participación en actividades extras como una variable importante para analizar la creatividad de la gente común. Comenzamos los análisis de la primera parte atendiendo a esta variable y estudiando su incidencia en las mediciones de la creatividad. Luego, analizamos las autopercepciones construidas por las personas respecto de sus propias capacidades creativas e investigamos las relaciones entre dichas autopercepciones y las mediciones de capacidades y logros. De manera complementaria, presentamos análisis de las influencias de variables socio-

demográficas en las mediciones de creatividad y estudios de relaciones entre capacidades y logros creativos.

Antes de comenzar con los análisis principales, creemos relevante realizar algunas consideraciones acerca de los resultados generales obtenidos a partir de la aplicación de las pruebas de creatividad. Comparamos los datos obtenidos en el CREA con los disponibles en el manual del Test y las medias definidas en investigaciones anteriores (Elisondo, 2008a; Elisondo y Donolo, 2011). Tomamos como referencia dos estudios previos, uno desarrollado con 549 alumnos universitarios (Estudio A) y otro con 634 personas mayores de 18 años de diversas edades y niveles de escolaridad (Estudio B). Observamos que el grupo del Estudio actual ($M=11,38$ $s=4,89$) obtuvo medias superiores a las establecidas en el manual del test ($M=8,56$ $s=5,63$) y en el Estudio B ($M=8,55$ $s=4,04$). En cambio, los puntajes medios fueron inferiores respecto de los del Estudio A ($M=12,38$ $s=5,17$), en el que participaron estudiantes universitarios. Se realizaron estudios de diferencias de media entre los puntajes obtenidos en el Estudio A y el estudio actual ($t= 2,721$ $\alpha=,007$), y entre éste último y el Estudio B ($t= 9,30$ $\alpha=,000$).

Explicar los motivos de estas diferencias en los puntajes del CREA, supone remitirnos a las características de los grupos de cada investigación. Tal como hemos observado en estudios previos, el nivel de escolaridad de los participantes determina diferencias en los desempeños en el CREA (Elisondo, 2008a; Elisondo y Donolo, 2011). El grupo del Estudio A está conformado en su totalidad por estudiantes universitarios, tal vez esta característica de la población explique las diferencias observadas. Asimismo, en el Estudio B, donde se observaron medias significativamente más bajas que en el estudio actual, se incluyeron menos participantes con nivel educativo superior. El nivel educativo parece ser una de las variables a considerar en la interpretación de los datos obtenidos en el CREA.

Respecto del CBI y en comparación con otra investigación (Dollinger, Urban y James, 2004) en la que se utilizó el mismo instrumento y la misma cantidad de ítems, las medias obtenidas en

cada una de las escalas (Artesanías: $M=13,29$ $s=9,31$; Artes Plásticas: $M=3,56$ $s=4,27$; Actuación: $M=4,11$ $s=4,81$; Literatura $M=4,19$ $s=5,1$; Música $M=1,87$ $s=4,11$; Ciencia $M=2,81$ $s=2,77$; Desempeños no categorizables: $M=5,20$ $s=4,99$) y en el total de logros creativos ($M= 34,97$ $s=22,99$) son en todos los casos inferiores. Tal vez, este dato pueda explicarse también a partir de la consideración del tipo de conformación de los grupos de estudio. Mientras que la investigación realizada por Dollinger, Urban y James (2004) solo participaron alumnos universitarios, nuestra muestra es diversa respecto de variables como edad, nivel de escolaridad y ocupación. Tal como explicaremos luego, estas variables parecen condicionar los resultados que las personas obtienen en el CBI. Asimismo, cuestiones referidas a las oportunidades disponibles en los contextos también pueden incidir en los logros creativos evaluados mediante el CBI.

En el caso de la tarea de elaboración de títulos, tal como ya lo definimos, conformamos tres grupos de jueces: expertos, no expertos con elevadas capacidades creativas y no expertos con capacidades creativas medias. Realizamos la prueba Cronbach's Alpha, definida por Amabile (1996) como apropiada para la Técnica de Evaluación Consensual, los índices de confiabilidad fueron moderados y elevados: Experto ($r= ,56$), No expertos con elevadas capacidades creativas ($r= ,75$) y No expertos con capacidades creativas medias ($r= ,69$). También realizamos la prueba Alpha con las puntuaciones de los quince jueces, se obtuvo un índice elevado de confiabilidad ($r= ,83$).

Considerando investigaciones y planteos previos referidos a la Evaluación Consensual de la Creatividad, los resultados obtenidos son muy interesantes. Independientemente de las particularidades de los grupos de jueces se observó un elevado índice de confiabilidad. A diferencia de los resultados obtenidos por (Kaufman et al. 2008; Kaufman, Gentile y Baer, 2005) observamos que los índices de confiabilidades de los expertos son más bajos que los de los otros grupos. En comparación con otras investigaciones consensuales de la creatividad, los índices del grupo de expertos son notoriamente más bajos. Según los resultados de nuestro estudio, el nivel de experiencia de los jueces

no supone índices de confiabilidad más elevados en las evaluaciones consensuales de la creatividad. No obstante, creemos que los resultados obtenidos en la presente investigación deben ser contrastados con nuevos estudios que incorporen mayor cantidad de jueces y tal vez, diversas tareas creativas. Asimismo, resulta significativo que hayan sido los no expertos con elevadas capacidades creativas quienes han logrado mayores coincidencias en sus valoraciones de la creatividad. En un estudio reciente, Caroff y Besançon (2008) también observaron variaciones en las evaluaciones consensuales según las capacidades creativas de los jueces. Asimismo, encontraron variaciones según instrucciones y entrenamientos ofrecidos a los jueces y el tipo de componente (originalidad o adecuación) evaluado. Tal vez, tener en cuenta las capacidades creativas de los jueces sea relevante a la hora de diseñar evaluaciones consensuales de la creatividad, esta podría constituirse en una nueva línea de investigación dentro de las perspectivas consensuales.

Actividades extras, capacidades y logros creativos

En primera instancia, analizamos los puntajes medios de los dos grandes grupos de estudio: quienes participan en actividad extras y quienes no lo hacen. Las personas que participan regularmente en actividades extras obtuvieron puntajes medios más elevados en el CREA, en el CBI (puntaje total y escalas) y en la evaluación de la tarea de elaboración de títulos (se obtuvo un puntaje único a partir de la sumatoria de las valoraciones realizadas por los 15 jueces) respecto de quienes no realizan ninguna actividad. Se observaron diferencias de media estadísticamente significativas (entre ,00 y ,05) en el CREA y el CBI (Ver Tabla 1 del Anexo II).

En segunda instancia, consideramos sólo el grupo de quienes participan en actividades extras y distinguimos entre los que se desempeñan en una actividad (N=125) y los que lo hacen en varias de manera simultánea (N=25). Este último subgrupo obtuvo puntajes medios más elevados respecto del otro subgrupo en el CREA, en el CBI (Puntaje total y escalas) y en la tarea creativa. Las diferencias de medias fueron significativas (entre ,00 y ,08) en el

CREA, en la tarea creativa y en el puntaje total del CBI y las escalas Artesanías, Artes Plásticas, Actuación, Literatura y Logros creativos no categorizables (Ver Tabla 2 del Anexo II).

En tercera instancia, tuvimos en cuenta el tipo de actividad realizada por los participantes (grupo que desempeña solo una actividad). Excepto en la escala Ciencia, se observaron diferencias en los puntajes medios según tipo de actividad. En general, estas diferencias pueden explicarse a partir de la consideración del tipo de actividad y su vinculación con los logros creativos. Por ejemplo, quienes participan en actividades musicales obtuvieron medias significativamente más elevadas que el resto de los sujetos en la escala Música del CBI. Respecto del puntaje total del CBI, se observa que quienes participan en actividades plásticas han obtenido medias superiores en comparación con el resto de los participantes. Este resultado puede explicarse a partir del análisis de la cantidad de ítems del CBI que se refieren a este tipo de actividades. El instrumento consta de más ítems sobre logros en artes plásticas y artesanías que sobre las demás áreas (Ver Tablas 3 y 4 del Anexo II).

Al igual que en estudios previos, observamos que la participación en actividades extras se vincula con los desempeños en el CREA. A partir de los estudios realizados con alumnos universitarios, concluimos que existen relaciones entre las capacidades creativas y la participación en actividades extra-académicas. Asimismo, los alumnos que participan en más de una actividad (docencia, investigación, extensión, gobierno universitario) obtuvieron puntajes en el CREA significativamente superiores. Relaciones significativas entre niveles de creatividad y participación en dos o más actividades extra-académicas también se visualizaron en los otros estudios efectuados (Elisondo, 2008a, Elisondo, 2008b).

Subrayamos este resultado obtenido que nos indica vinculaciones entre participación en actividades extras, capacidades y logros creativos. No podemos afirmar que existan relaciones causales entre estas variables, es decir desconocemos si las personas participan en actividades extras debido a sus elevadas

capacidades creativas o si estas se han incrementado a partir de la participación en dichas actividades. ¿Participar en actividades de ocio amplía las capacidades creativas? o ¿Participan en actividades de ocio porque son más creativos? Tal vez, las dos respuestas puedan ser afirmativas. Respecto de los logros, es evidente que la participación regular en actividades extras amplía las posibilidades de conseguir mayores productos creativos en las áreas de desempeño.

Al tratarse de un tema complejo que incorpora diversas variables y que se configura en el entramado de relaciones que los sujetos establecen con los contextos, solo señalamos la existencia de vinculaciones entre las variables consideradas. A partir de las entrevistas realizadas a las personas participantes en actividades extras procuramos comprender los procesos que median entre las capacidades y los desempeños en contextos cotidianos, los datos son presentados en apartados posteriores.

La participación en actividades extras parece condicionar las posibilidades de desempeños creativos en contextos cotidianos. Dichas actividades representan para las personas oportunidades para desplegar sus potenciales creadores y generar productos creativos. Los datos emergentes de los estudios estadísticos efectuados en este primer capítulo resultan por demás significativos en tanto nos indican relaciones entre creatividad y actividades extras que las personas realizan en el tiempo libre. Considerar estas actividades en el estudio de la creatividad es una línea importante de investigación que se abre en el campo de los procesos creativos. Estas actividades se vinculan con las diversas mediciones de la creatividad efectuadas y constituyen, tal como explicaremos en los demás capítulos del estudio, *espacios* para el despliegue de procesos creativos con minúsculas. Otras investigaciones actuales de la creatividad también incorporan a las actividades de ocio en el análisis de los procesos creativos de la gente común (Boyd Hegarty, 2009; Furnham et al. 2008; Wolfradt y Pretz, 2001).

Asimismo, y tal como lo hemos señalado, la participación en actividades extras se vincula con uno de los rasgos de personalidad

asociados a la creatividad, la apertura a la experiencia. En estudios previos, se observaron relaciones entre dicho rasgo de personalidad y los desempeños evaluados mediante el CBI (Silvia et al. 2009; Dollinger, Burke y Gump, 2007; Dollinger, Urban y James, 2004). En nuestro estudio, resulta muy significativo que las personas que participan en varias actividades extras, acciones que estarían vinculadas con la apertura a la experiencia, obtienen puntajes superiores en todas las mediciones de la creatividad. La apertura a la experiencia, rasgo de personalidad asociado a la creatividad en múltiples estudios psicométricos, aparece en nuestra investigación como una característica de las personas vincula a la creatividad, que se materializa en la participación simultánea en múltiples contextos y actividades artísticas, sociales, culturales, etc.

En este apartado de la primera parte hemos presentado uno de los datos más importantes del estudio que orienta los demás análisis. Actividades extras y creatividad parecen articularse de manera compleja en los procesos de despliegue de procesos creativos en contextos cotidianos. Estudios previos, propios y ajenos, también indican que el análisis de actividades extras de ocio es una línea emergente en el campo de investigación de la creatividad con minúsculas. Asimismo, los procesos creativos cotidianos también están condicionados por las autopercepciones que las personas construyen sobre sus propias capacidades creativas (Kaufman, 2009; Runco, 2004; Kaufman y Baer, 2004). En el próximo apartado presentamos datos emergentes del estudio referidos a este tema en particular.

Autopercepciones, capacidades y logros creativos

Preguntamos a las personas si se consideraban creativas y qué puntajes del 1 al 10 se asignaban para evaluar su creatividad. Además, solicitamos a los participantes que expresaran en qué actividades o situaciones se consideraban creativos. A diferencia de otros cuestionarios sobre autopercepciones (Furnham et al. 2008; Kaufman y Baer, 2004) el ítem sobre actividades en las que se consideraban creativos era de respuesta abierta, es decir no incluía ningún listado de posibles actividades. Entendemos que este es un

dato metodológico relevante, diseñar el ítem de esta manera nos permite comprender no solo las autopercepciones de las personas sino también las concepciones acerca de los campos donde la creatividad es posible.

Observamos que el 72% de los participantes se consideran creativos, el 19% se percibe como no creativo y el 9% dice ser creativo en algunas ocasiones. Respecto de los puntajes de la autoevaluación el 33 % se asignan un 8, el 23% un 7, el 14% un 6 y el 12% un 5. Se otorgan puntajes bajos (entre 0 y 4) 29 personas y puntajes altos (9 y 10) 21 sujetos. Algunas personas (N=7) no se autoevaluaron asignándose puntajes. Considerando que las autopercepciones son un factor condicionante de los procesos creativos (Kaufman, 2009; Runco, 2004), entendemos que estos resultados son importantes en tanto la mayoría de las personas encuestadas han construido percepciones sobre sus propias capacidades que favorecerían el desarrollo de la creatividad. En estudios previos también observamos que las personas se perciben como creativas en diversas acciones y contextos (Elisondo, 2008a; Elisondo, 2008b).

Asimismo, resultan muy interesantes las manifestaciones de los sujetos respecto de las actividades en las que se consideran creativos. Diversidad de situaciones, contextos y acciones se pueden observar en las respuestas de los participantes del estudio. Muchos de los participantes han expresado que son creativos en las actividades extras que realizan (35%). El 28% dijo ser creativo en la vida diaria y la resolución de problemas. Estas personas manifiestan disponer de habilidades creativas para solucionar situaciones y dificultades cotidianas que a veces, se les van presentando de manera imprevista (administración de recursos escasos, manejo de relaciones sociales, organización de tiempos y espacios, resolución de problemas prácticos, etc.). El 9% de los participantes dice ser creativo en sus actividades laborales, igual porcentaje expresa serlo en el ámbito académico. Cocinar también es una actividad en la que algunos sujetos (7%) expresan ser creativos. El 10% de los participantes no respondió al interrogante y el 2% manifestó no ser creativo en ninguna actividad.

Son las actividades extras o de *tiempo libre* en las que la mayoría de los encuestados dicen ser creativos, pocos se refieren al trabajo o al estudio como ámbitos en los que desarrollan la creatividad personal. Creemos que este dato es muy importante y se vincula con las consideraciones realizadas en el apartado anterior. Las actividades de ocio parecen representar para las personas comunes *ocasiones* para desarrollar las capacidades y obtener logros creativos.

Para complementar los análisis, comparamos los puntajes medios de los sujetos en las mediciones de creatividad según las autopercepciones de los mismos. En primer lugar, realizamos estudios de diferencias de medias teniendo en cuenta si los sujetos se consideraban creativos o no (incluimos en el primer grupo a los que habían respondido SI y los que habían argumentado que eran creativos en ciertas situaciones). Quienes se consideraban creativos obtuvieron puntajes medios superiores en todas las mediciones de creatividad respecto de los sujetos que se perciben como no-creativos. Las pruebas de diferencias de media fueron significativas (entre ,000 y ,04) en el CREA, el CBI (puntajes totales y escalas) y la tarea creativa (Ver Tabla 5 del Anexo II).

En segundo lugar, analizamos las medias de los sujetos teniendo en cuenta el puntaje que se habían asignado en la autoevaluación de la creatividad. Agrupamos las respuestas de los sujetos en tres categorías 0-3, 4-7 y 8-10 y realizamos pruebas ANOVA para establecer si existían diferencias de media según estas tres categorías. En el CREA, el CBI y la tarea creativa se observó que las medias aumentaban a medida que las personas se asignaban un puntaje mayor en creatividad. Visualizamos diferencias significativas de medias (entre ,000 y ,01) en el CREA, la tarea, el puntaje total del CBI y en todas las escalas excepto en el área Música, donde no se observaron diferencias según los puntajes de autoevaluación de la creatividad (Ver Tabla 6 del Anexo II).

Las autopercepciones que las personas han construido respecto de sus propias potencialidades se vinculan tanto con las capacidades como con los logros creativos evaluados. En estudios

previos también se han observado relaciones entre autopercepciones y capacidades creativas. Kaufman y Baer (2004) estudiaron cómo un grupo de alumnos universitarios percibían sus propias capacidades creativas en diferentes campos. Los investigadores observaron que las respuestas de los estudiantes eran consistentes en autoevaluaciones generales de la creatividad y las autovaloraciones sobre áreas específicas. Asimismo, los investigadores hallaron correlaciones entre las autovaloraciones y los resultados obtenidos a partir de la Escala de Personalidad Creativa (CPS).

El propósito principal de la investigación de Furnham et al. (2008) fue analizar las relaciones entre creatividad, personalidad, inteligencia e hipomanía. Estudiaron la creatividad a partir de diferentes instrumentos, entre los resultados más importantes y vinculación con la temática que estamos analizando en el presente apartado, observaron correlaciones entre autopercepciones de la creatividad, test de pensamiento divergente y actividades *creativas* cotidianas. Kaufman (2009) destaca el valor de los cuestionarios de autoevaluación en el campo de investigación de la creatividad. El autor presenta estudios en los que se arriban a resultados que indican elevadas correlaciones entre distintos cuestionarios de autoevaluación y entre estos y mediciones estandarizadas de la creatividad.

Dos cuestiones nos parecen relevantes al interpretar los resultados del presente apartado, en primer lugar, la creatividad no aparece asociada solamente a las manifestaciones artísticas, sino que los sujetos también se consideran creativos en diversos contextos y situaciones cotidianas. En segundo lugar, la creatividad no es entendida como un atributo de unos pocos, sino que la mayoría de las personas comunes se consideran en alguna medida creativas.

La resolución de problemas y la generación de ideas en la vida cotidiana aparecen como el campo en el que más del 30% de los participantes se considera creativo. Nos preguntamos cómo podrían ser evaluados los desempeños de las personas en estos campos. En los cuestionarios sobre logros creativos analizados no

observamos ítems en los que se incluyan situaciones de la vida cotidiana como las que han mencionado los participantes del estudio: administrar la economía familiar, *compaginar* actividades laborales, académicas y recreativas, *hacerse tiempo*, administrar recursos económicos escasos, resolver problemas diarios imprevisibles y complejos, etc. Tal vez, crear instrumentos que incluyan acciones y problemas como los mencionados anteriormente sea relevante para avanzar en la comprensión de la creatividad de todos los días y sus diversas manifestaciones.

Hemos tratado en este apartado un factor condicionante importante de los procesos creativos de la gente común: las autopercepciones. Estas construcciones subjetivas parecen influir de diversas maneras en las posibilidades de desarrollar la creatividad en contextos cotidianos. Teorías implícitas, autoestima, autoeficacia, metacognición son variables que interactúan en la construcción de autopercepciones y autovaloraciones a cerca de capacidades y logros creativos. Que la mayoría de los participantes consideren que la creatividad es posible en diversos campos y que ellos mismos son creativos en situaciones heterogéneas es un resultado muy importante ya que estas percepciones incidirían positivamente en los procesos creativos.

En el campo actual de investigación de la creatividad las autopercepciones y autovaloraciones comienzan a ser *variables* a tener en cuenta en los análisis. Consideramos que debemos continuar trabajando en esta línea, tener en cuenta las percepciones y los significados que los sujetos construyen respecto de sus propias acciones y capacidades parece ser indispensable para una adecuada comprensión de los complejos procesos de despliegue de la creatividad en contextos cotidianos.

Mediciones de la creatividad: incidencia de variables socio-demográficas

De manera complementaria a los análisis efectuados en los dos apartados anteriores, presentamos a continuación estudios estadísticos acerca de la incidencia de las variables socio

demográficas en las mediciones de creatividad realizadas. Consideramos las variables género, edad, nivel de escolaridad y ocupación, presentamos medias, desviaciones estándar y resultados de los estudios de diferencia de media y ANOVA.

Género

En el CREA, en la tarea y en el total del CBI no se observan diferencias significativas entre los puntajes medios de varones y mujeres. Ausencia de diferencias significativas entre medias según género también se han observado en las escalas del CBI Artes Plásticas y Literatura. Los análisis en las demás escalas arrojaron diferencias significativas entre varones y mujeres. En Artesanías y Actuación las mujeres obtuvieron medias significativamente (entre ,000 y ,01) superiores respecto a los varones. En cambio, estos últimos lograron medias significativamente (entre ,000 y ,04) más elevadas en Música, Ciencia y Desempeños varios no categorizables (Ver Tabla 7 del Anexo II).

Baer y Kaufman (2008) realizaron una exhaustiva revisión bibliográfica sobre investigaciones referidas a género y creatividad. Analizaron tres tipos de investigaciones, las que utilizan test de pensamiento divergente, las que incorporan valoraciones subjetivas y las que suponen evaluaciones consensuales de productos creativos. Según los investigadores los resultados de las investigaciones psicométricas referidas a diferencias de género son inconsistentes. Mientras que algunos estudios indican puntajes superiores de las mujeres, otros arrojan resultados inversos.

En investigaciones que hemos analizado también observamos cierta inconsistencia y variabilidad de resultados en función de los test utilizados y las poblaciones analizadas. Algunos estudios indican inexistencia de diferencias de media en creatividad según género (Chacón Araya y Moncada Jiménez, 2006; Harris, 2004) y otras investigaciones señalan variaciones entre varones y mujeres (Matad, Rodríguez y Grande, 2007; Xiaoxia Ai, 1999). Wolfradt y Pretz (2001) observaron que las mujeres obtenían puntajes significativamente superiores a los hombres en los

instrumentos que utilizaron para evaluar creatividad (Escala de Personalidad Creativa, escritura de historias, Escala de Resolución de problemas). En estudios anteriores realizados por nuestro equipo también observamos cierta tendencia de las mujeres a obtener puntajes medios superiores en la Lámina B del CREA (Elisondo, 2008a; Elisondo y Donolo, 2011).

En general, los estudios que incluyen evaluaciones subjetivas o autoevaluaciones sobre logros y desempeños creativos no reportan diferencias significativas en las mediciones de creatividad según género. Dollinger (2007) tampoco encontró diferencias en el puntaje total de CBI de varones y mujeres. No obstante, Kaufman (2006) ha encontrado algunas diferencias entre varones y mujeres en las autopercepciones respecto de desempeños creativos en dominios específicos. Los valores se clasifican como más creativos en ciencias y deportes y las mujeres en comunicación social y artes visuales. Las investigaciones que suponen evaluaciones consensuales de producciones específicas (ensayos, collages, poemas, estructuras, etc.) tampoco indican diferencias significativas en los resultados según género (Baer y Kaufman, 2008; Amabile, 1996).

Los resultados obtenidos en el presente estudio se corresponden con las investigaciones psicométricas y consensuales que señalan inexistencia de diferencias en las capacidades y producciones creativas según género. Respecto de los logros creativos, al igual que la investigación de Dollinger (2007), no se observaron diferencias en los puntajes totales del CBI. No obstante, en los dominios específicos sí se visualizan diferencias entre hombres y mujeres, en coincidencia con las investigaciones de Kaufman (2006).

Las relaciones entre creatividad y género parecen estar mediadas por múltiples condicionantes. Mientras que las capacidades creativas estarían distribuidas de manera homogénea entre varones y mujeres, los desempeños y logros en diversos campos no son equivalentes. Analizar la incidencia de condicionantes contextuales en el despliegue de la creatividad de las mujeres en determinados campos es indispensable para una

comprensión adecuada de los procesos creativos desde perspectivas de género. En otra oportunidad (Elisondo, 2008a) hemos señalado que las potencialidades creativas se distribuirían equitativamente entre varones y mujeres. Ciertos campos y ámbitos continúan restringidos para las mujeres, estas restricciones parecen estar más vinculadas a condicionamientos sociales y culturales que a diferencias de género.

Además de los condicionantes contextuales, y coincidiendo con Baer y Kaufman (2008) entendemos que para analizar las relaciones entre creatividad y género deben analizarse las interacciones entre diversos factores: expectativas familiares, experiencias educativas, motivaciones, actitudes y oportunidades contextuales. Asimismo, Baer y Kaufman (2009) consideran que para llegar a resultados más concluyentes deben estudiarse las variaciones históricas, culturales y étnicas de estos factores en diversos contextos.

Edad

En el Anexo II se detallan las medias de los sujetos en las mediciones de creatividad según la variable edad. Para efectuar los análisis se agruparon las edades de los participantes en cuatro categorías: 18-25, 26-40; 41-60 y más de 60 años. Se realizaron Prueba ANOVA y solo se observaron diferencias significativas en los puntajes medios de la tarea creativa y en la escala Artesanías del CBI según la variable edad. En la tarea creativa los participantes que tienen entre 18 y 25 años obtuvieron puntajes superior, en tanto que en Artesanías fueron las personas de entre 41-60 y más de 60 quienes lograron medias más elevadas (Ver Tabla 8 del Anexo II).

Según investigaciones previas (Wechsler, 2009; Donolo y Elisondo, 2007; Hang Wu et al. 2005), la edad parece ser un factor condicionante importante a tener en cuenta en las evaluación de la creatividad. Los resultados de nuestro estudio se corresponden con esta afirmación solo en el caso de la tarea propuesta. En el CREA, a diferencia de otras investigaciones previas (Elisondo y

Donolo, 2011; Chacón Araya y Moncada Jiménez, 2006), no observamos diferencias según la edad de los participantes.

Respecto del CBI, podríamos haber planteado como hipótesis que a mayor edad mayores logros creativos, sin embargo los datos disponibles refutan este planteo para la mayoría de las variables. Dollinger (2007) tampoco encontró diferencias en el CBI según la edad de los participantes de su estudio. Si bien la edad parece condicionar algunos logros creativos, son las variables escolaridad y ocupación las que tienen mayor incidencia en el CBI, tal como veremos a continuación.

Escolaridad

Los puntajes medios de los participantes en el CREA y el CBI ascienden en función de la escolaridad alcanzada. Se observan diferencias significativas entre los puntajes medios en el CREA y el CBI según la variable escolaridad. Los puntajes medios en la tarea creativa también ascienden según los niveles de escolaridad, excepto entre los niveles superior completo e incompleto, en donde las medias de quienes no han concluido con este nivel son superiores (Ver Tablas 9 y 10 del Anexo II).

Matud, Rodríguez y Grande (2007) también observaron diferencias significativas en los desempeños en los test de creatividad según el variable nivel educativo. Resultados similares hemos observado en estudios previos de nuestro equipo, los alumnos universitarios cuentan con elevadas potencialidades creativas en comparación con otros grupos más heterogéneos (Elisondo, 2008a). En otra investigación, concluimos que aquellas personas que cursan o cursaron estudios de nivel superior obtuvieron en el CREA puntajes más elevados que el resto de la población investigada (Elisondo y Donolo, 2011). Al igual que en dicha ocasión, nos preguntamos si tal vez factores externos, es decir, no estrictamente vinculados con la creatividad, incidan en los desempeños en el CREA. Escasa práctica en tareas de escritura y de resolución de situaciones como las que se propone en el CREA (generar interrogantes), dificultades en la motricidad fina,

lentitud en la escritura, dificultades en la visión e incomprensión de las consignas pueden ser factores que condicionan los desempeños en CREA, ocasionado pobres resultados en algunos grupos participantes.

Cabe preguntarse si las personas con menor nivel educativo tienen potencialidades creativas bajas o solamente menos recursos para resolver las situaciones concretas que se presentan en los test. Tal vez, las personas con mayor nivel educativo dispongan de más información y esquemas a partir de los cuáles formular interrogantes, además de contar con mayor práctica en actividades de escritura y resolución de tareas como las propuestas en el CREA.

Al igual que en las otras mediciones de creatividad, en la mayoría de los casos, las medias en las escalas y en el total del CBI ascienden en función del nivel de escolaridad de los sujetos. Observamos diferencias significativas en las escalas Artesanías, Actuación, Ciencia y Desempeños diversos y en el total del CBI. Nos preguntamos, tal como lo hicimos al analizar la incidencia de la escolaridad en el CREA, si es el instrumento el que favorece este tipo de variaciones. Asimismo, nos preguntamos si la mayor permanencia en el sistema educativo ha ofrecido a las personas mayores oportunidades para desempeñarse creativamente en diversos ámbitos. Observamos que en muchos de los ítems del CBI se excluyen logros en contextos escolares (por ejemplo, *realizó una pintura original (excluir trabajos realizados en cursos escolares)*), lo cual haría suponer que los resultados no deberían variar en función del nivel de escolaridad. No obstante, muchos de los logros evaluados por el CBI dependen de cierto nivel de escolaridad o de conocimientos generales.

En suma, el nivel de escolaridad de las personas parece ser una variable importante a tener en cuenta en las mediciones de la creatividad. Los desempeños en los instrumentos de medición de la creatividad están condicionados por el nivel educativo de los sujetos y por las experiencias y oportunidades que han tenido dentro del sistema escolar.

Ocupación

Los puntajes en el CREA y en la tarea creativa también varían en función de la ocupación de los participantes. Los estudiantes universitarios y los profesionales han obtenido medias superiores, las pruebas ANOVA indican diferencias de media significativas según la variable ocupación. Asimismo, el análisis de las medias según la ocupación de los participantes indica diferencias significativas en el puntaje total del CBI y en la mayoría de las escalas: Artesanías, Arte, Literatura, Ciencia y Desempeños diversos (Ver Tabla 11 y 12 de Anexo II).

Más que el tipo de ocupación, las diferencias observadas parecen estar asociadas al nivel de escolaridad, ya que los profesionales y los estudiantes universitarios son quienes han obtenido puntajes totales superiores. También nos interesa destacar algunos resultados como por ejemplo los elevados puntajes de las amas de casa y los jubilados en Artesanías. Podríamos plantear como hipótesis que la realización de artesanías, en muchos casos, es una actividad que las personas frecuentemente realizan en sus hogares, y como las amas de casa y los jubilados permanecen más tiempo en los mismos, tendría más ocasiones para desempeñarse en producciones artesanales. Esta hipótesis debería ser estudiada en investigaciones futuras que analicen en profundidad las relaciones entre ocupaciones y creatividad.

Los logros creativos de las personas comunes parecen variar en función de ciertas variables socio-demográficas. Podríamos plantear como hipótesis que estas variables también generan diferencias en las personas respecto de las oportunidades disponibles en los contextos para desempeñarse creativamente. En la interpretación de los resultados obtenidos en el CBI también cabe analizar los tipos de logros creativos evaluados por el instrumento, muchos de estos desempeños parecen estar asociados de alguna manera con cierto nivel mínimo de escolaridad.

Intentamos en el presente apartado ampliar los análisis realizados a partir de los estudios complementarios sobre género, edad,

escolaridad y ocupación. El análisis de la incidencia de estas variables en la creatividad no es el propósito principal de la presente investigación, no obstante los datos exhibidos son relevantes para una mejor comprensión de la creatividad de la gente común. La incorporación de otras variables y el estudio de las interacciones entre variables socio-demográficas son propuestas interesantes para futuras investigaciones.

Relaciones entre mediciones de creatividad

Hallamos correlaciones significativas, aunque de intensidad leve, entre el CREA, la tarea creativa y los puntajes totales del CBI (Ver Tabla 13 del Anexo II). Desde nuestro punto de vista, este dato es importante en tanto indica ciertas relaciones entre los constructos evaluados. Asimismo, cabe destacar que se trata de *formas distintas* de creatividad. El CREA ofrece una medida indirecta y unitaria de capacidad creativa, la tarea propuesta se restringe a un dominio particular (verbal) y el CBI informa acerca de logros creativos de las personas en diferentes campos.

Nos interesa plantear algunas hipótesis e interpretaciones respecto de las relaciones entre las mediciones efectuadas. Por un lado, observamos que el CREA y el CBI se relacionan, en alguna medida, con la tarea creativa propuesta, a pesar de que ésta solo incorpora un dominio. Tal vez, diseñando tareas que supongan acciones en diferentes campos se lograrían relaciones de mayor intensidad entre el CREA, el CBI y las evaluaciones consensuales de tareas creativas. Por otro lado, nos parecen muy interesantes los resultados hallados entre las mediciones de capacidades (como serían las obtenidas a partir del CREA y la tarea) y los logros creativos reales en contextos cotidianos. Además, los análisis arrojaron correlaciones significativas entre el CREA y cada una de las escalas del CBI. En el caso de la tarea, las correlaciones fueron significativas con todas las escalas excepto Actuación y Música.

Investigaciones previas en las que se incluían instrumentos diversos de evaluación de la creatividad no han arribado a resultados concluyentes y unívocos acerca de las relaciones entre

las mediciones utilizadas. Dollinger, Burke y Gump (2007) observaron correlaciones bajas y no significativas entre las mediciones realizadas a partir de la evaluación consensual de productos (dibujos, ensayos e historias orales) y los puntajes del CBI. Dollinger (2007) halló correlaciones moderadas entre los dibujos evaluados consensualmente y los puntajes del CBI y correlaciones bajas y no significativas entre el cuestionario de logros creativos y los ensayos producidos por los sujetos. Dollinger, Urban y James (2004) encontraron correlaciones significativas leves entre un test de creatividad y dos tareas evaluadas de manera consensual. En cuanto a las relaciones entre logros y capacidades creativas, no encontraron relaciones significativas entre el test utilizado y el total del CBI. Sin embargo, visualizaron correlaciones leves aunque significativas entre algunas escalas del CBI, los resultados del test y los puntajes obtenidos por los sujetos en los ensayos. La investigación de Nassif y Quevillon (2008) indicó correlaciones no significativas entre el CBI y el test de creatividad de Torrance.

Resultan significativos los datos obtenidos a partir del estudio de las correlaciones entre las mediciones de capacidades y logros. Si bien se observa cierta relación, entre capacidades y logros parecen mediar procesos y contextos que complejizan el análisis. No es posible a partir de los datos recogidos, afirmar que a mayores capacidades creativas mayores logros creativos. Además, debemos considerar para la interpretación de los resultados ciertas características de los instrumentos, el CREA es un test que ofrece una medida general de las capacidades creativas, la tarea propuesta evalúa principalmente un dominio y el CBI valora logros en campos particulares y luego ofrece un puntaje total a partir de la sumatoria de dichos logros. Estas características de los instrumentos explicarían, en parte, que las correlaciones no hayan sido más elevadas.

El debate acerca de la creatividad como dominio general o dominio específico y sobre las relaciones entre capacidades y logros aún genera controversias en el campo de investigación de los procesos creativos (Kaufman 2009; Beghetto y Kaufman, 2007; Sternberg, 2005, 2006; Mumford, 2003). Los datos obtenidos nos

indican ciertas relaciones entre las mediciones de creatividad utilizadas y nos generan múltiples interrogantes acerca de los modos y las direcciones que dichas relaciones adquieren en contextos reales. En la búsqueda de respuestas acerca de los procesos que median entre capacidades y logros, analizamos investigaciones previas y encontramos que la apertura a la experiencia sería un factor condicionante en dichos procesos. Según Silvia y colaboradores (2009) la apertura a la experiencia es el más potente y consistente predictor de la creatividad, medida a través de pruebas de pensamiento divergente, de cuestionarios sobre logros creativos (CBI) y autovaloraciones. Entre los resultados se destacan las elevadas correlaciones entre logros creativos y apertura a la experiencia. Kaufman (2009) analiza estudios previos y señala que la apertura a la experiencia es un rasgo de personalidad que correlaciona con una amplia cantidad de mediciones de la creatividad. Retomando planteos de diversos investigadores, Kaufman concluye que ser abiertos a la experiencia ayuda a las personas a ser más productivas y lograr mayores desempeños creativos.

A partir de estas consideraciones, planteamos como hipótesis y posible línea de investigación para futuros estudios que la apertura a la experiencia condiciona los procesos de transformación de las capacidades creativas en productos creativos. Además, creemos que la apertura a la experiencia debe ser analizada como una característica de personalidad que determina ciertas acciones de los sujetos en los contextos. La participación en diversas actividades sería una de las acciones que definirían esta característica de personalidad que parece ser determinante de los procesos creativos. En las siguientes partes del presente estudio retomaremos y ampliaremos estas ideas e hipótesis en la búsqueda de comprensiones avanzadas acerca de la creatividad en contextos cotidianos.

En esta primera parte se presentaron los resultados obtenidos a partir de la administración de diversos instrumentos de evaluación de la creatividad. Entre los resultados más importantes, hallamos relaciones entre la participación en actividades extras y las distintas mediciones de creatividad.

Asimismo, encontramos relaciones entre dichas mediciones y las autopercepciones construidas por los participantes respecto de las propias capacidades y logros creativos. De manera complementaria, analizamos las correlaciones entre las mediciones de creatividad efectuadas y la incidencia en las mismas de variables socio-demográficas. Observamos algunas diferencias de media significativas en logros creativos específicos según género. También hallamos diferencias significativas edad, escolaridad y ocupación de los participantes. Respecto de las correlaciones entre los instrumentos, se observaron relaciones significativas leves entre las mediciones efectuadas.

Destacamos el valor de los resultados hallados especialmente los que nos indican relaciones entre creatividad y participación en actividades extras. Entendemos que estas actividades son propicias para el despliegue de la creatividad de las personas comunes, en las Partes 2 y 3 profundizaremos en el análisis de las relaciones entre creatividad y actividades de ocio. También consideramos importante los resultados hallados respecto de las vinculaciones entre autopercepciones y mediciones de la creatividad. Al igual que otros investigadores (Kaufman, 2009; Runco, 2004) creemos que en el campo de estudio de la creatividad deben analizarse las percepciones y las teorías implícitas de las personas ya que parecen tener una marcada incidencia en los procesos creativos en contextos cotidianos.

Estudio 1

Parte 2: Participar o no participar, esa es la cuestión...

En la segunda parte del análisis, nos centramos en las expresiones de las personas comunes respecto del despliegue de la creatividad en contextos cotidianos. Analizamos e interpretamos los datos recogidos a partir de las entrevistas efectuadas a personas que participan regularmente en actividades estructuradas de ocio. Participar en actividades extras parece determinante para el despliegue de la creatividad en contextos cotidianos. Observamos en la Parte 1 relaciones entre las diferentes mediciones de

creatividad y participación en actividades extras. Asimismo, visualizamos puntajes más elevados en las pruebas y cuestionarios de creatividad en aquellas personas que participan de manera simultánea en varias actividades extras.

Múltiples condicionantes median en los procesos de desarrollo de la creatividad en contextos cotidianos. A través del estudio de actividades extras de *tiempo libre*, analizamos factores personales y contextuales que condicionan el despliegue de la creatividad con minúsculas. Buscamos, a partir del análisis de significaciones respecto de actividades de *tiempo libre*, formas de comprender la creatividad de las personas comunes.

¿Para qué? Actividades extras: oportunidades de ocio y creatividad

Las personas que participan regularmente en actividades extras consideran que éstas representan oportunidades para desarrollar su creatividad personal. La gran mayoría de los entrevistados sostienen que son creativos en las actividades de *tiempo libre* que realizan. Estas actividades les permiten a los sujetos crear objetos, productos, interacciones y procesos originales y diversos. En el marco de las actividades extras, las personas resuelven problemas, generan múltiples acciones e interactúan de diversas maneras con objetos reales y simbólicos.

Asimismo, la participación en actividades extras ofrece a las personas entrevistadas oportunidades de *ocio* en tanto representan vivencias de satisfacción y placer personal. Además, las consideramos actividades de ocio ya que son acciones que los sujetos realizan de manera voluntaria, suponen libertad de expresión y ejercicio de la libertad (Cuenca, 2000).

Felicidad, placer y bienestar son algunas de las palabras que las personas utilizan para significar cómo se sienten participando en actividades extras. También usan estas palabras para argumentar acerca de por qué participan. Independientemente de la actividad que realicen, la gran mayoría de los entrevistados se ha referido a

la vinculación entre participación en actividades extras, felicidad, bienestar y placer. Diversidad de contextos, situaciones y actividades parecen generar los mismos sentimientos, emociones y sensaciones en las personas comunes, motivarlos a seguir participando y también a buscar nuevas actividades y formas de expresión, interacción y creación.

Felicidad y *bienestar* son palabras que adquieren múltiples significados según diversas perspectivas de análisis y poblaciones estudiadas (Veenhoven, 2000). Según Veenhoven (2000), la felicidad depende de dos dicotomías: oportunidades y resultados de vida y cualidades internas y externas. La autora sostiene que comprender la felicidad implica analizar oportunidades de los entornos, habilidades individuales, utilidades externas y apreciaciones internas hacia de la vida.

En el presente estudio no se analizan las percepciones de las personas respecto de la felicidad y el bienestar en sentido amplio. *Felicidad* y *bienestar* emergen de las manifestaciones de las personas entrevistadas. Estas *sensaciones* fueron expresadas cuando se les preguntó cómo se sentían realizando actividades de ocio. A manera de conjetura inicial, planteamos que la participación en actividades de ocio se vincularía con el despliegue de la creatividad y las *sensaciones* de felicidad y bienestar.

Participo en un grupo de la iglesia católica (...) siento que en ese lugar construyo mi vida, me hace bien (...) soy feliz cuando estoy ahí (Carla, 25 años).¹⁴

Hago historietas para un periódico local, doy clases de dibujo, formo parte del centro de estudiantes, público historietas en una página Web. Me produce placer, me siento bien, totalmente satisfecho (Lucas, 27 años).

¹⁴ Las expresiones presentadas en letra cursiva han sido extraídas de las transcripciones textuales de las entrevistas realizadas. A fin de preservar el anonimato de los entrevistados, se crearon nombre ficticios para cada sujeto. La edad de los participantes no fue modificada.

Realizo teatro, lo realizo en lugares públicos, escuelas, teatros, clubes, al aire libre. Desde el año 1963 (...) me siento sumamente feliz (Gloria, 81 años).

Los modelos humanistas de investigación de la creatividad (Dacey y Lennon, 1998) se han centrado en el estudio de las vinculaciones entre creatividad, felicidad, crecimiento, salud y realización personal. Hace más de tres décadas, Maslow señaló que la creatividad y la realización personal son interdependientes (Runco, Ebersole, Mraz, 1997). Planteos e investigaciones actuales recuperan algunas ideas del modelo humanista y señalan que la autorrealización depende, entre otras cosas, de las posibilidades de despliegue de procesos creativos en diversas acciones cotidianas (Boyd Hegarty, 2009; Richards, 2007a; Runco, 2004). Los entrevistados se han referido a la realización personal como uno de los *resultados* de la participación en actividades de ocio. Realización, identidad, satisfacción y crecimiento personal, *completud* son sensaciones que emergen en las personas comunes a partir de las acciones de ocio y se vinculan a la vez con la felicidad, el placer y el *fluir*.

Hago un voluntariado y manualidades. Me siento feliz y realizada (Norma, 43 años).

Realizo deporte (...) concurreo a la iglesia. Participo por interés personal y por necesidad (...) me siento completa, es lo que me agrada y hace a mi persona e identidad (Carla, 34 años).

Me siento totalmente realizada, haciendo lo que me gusta y disfrutando de aprender las danzas (Lorena 23 años).

Sentir placer y disfrutar también son sensaciones que emergen a partir de las acciones que las personas comunes desarrollan durante las actividades de ocio. El *fluir* definido por Csikszentmihalyi (1996) y estudiado en diferentes situaciones y contextos (Moneta, 2004a; Moneta, 2004b; Asakawa, 2004) parece caracterizar muchas de las experiencias vividas por los entrevistados a partir de la participación en diversas actividades extras. Independientemente de los campos y los contextos en los que se desempeñan las

personas comunes, las actividades de ocio generan placer, disfrute y experiencias de fluir.

La experiencia de fluir era descrita en términos casi idénticos fuese cual fuese la actividad que la producía. Atletas, artísticas, místicos, religiosos, científicos y trabajadores ordinarios describían sus experiencias más gratificantes con palabras muy parecidas. Y la descripción no variaba mucho con la cultura el género o la edad... (Csikszentmihalyi (1996: 139).

Durante los procesos de fluir existe una fuerte implicación y concentración de los sujetos en las actividades que desarrollan, se produce cierta distorsión del tiempo y del espacio, se eliminan las distracciones y el miedo al fracaso desaparece. Las experiencias de fluir se producen en actividades en las cuales los sujetos participan por interés personal, donde las metas son claras y los objetivos autotélicos. Además, las experiencias óptimas y de fluir están vinculadas la felicidad, el bienestar y la calidad de vida (Csikszentmihalyi (1996: 139).

Hago arte y terapia en varias instituciones...sentís que el cuerpo desaparece, es como que perdiera la noción de cuerpo para poder darle paso a la parte espiritual y la mente (...) en el momento de trabajo pierdo la noción del tiempo, del espacio... como un estado de alienación, sería para los demás (Mónica, 56 años).

Considerando las emociones y los sentimientos positivos que generan las actividades de ocio, entendemos que desplegar la creatividad en diversas situaciones contribuye en la mejora de calidad de vida y en la promoción de la salud de las personas. Muchos de los entrevistados manifiestan que dedicarse a las actividades que son de su interés, les permite, entre otras cosas, relajarse, canalizar el estrés, tranquilizarse, abstraerse de problemas y situaciones conflictivas.

Vinculaciones entre creatividad, ocio, bienestar y salud también han sido señaladas en estudios previos (Richards, 2007a; Runco, 2004). Según Richards (2007a) son numerosos los reportes de investigaciones médicas en las que destacan los impactos

positivos del arte, la expresión y el ocio en la salud y el bienestar de las personas. Caldwell (2005) analiza investigaciones empíricas referidas al ocio y su valor terapéutico realizadas en diferentes contextos y grupos de trabajo. La autora concluye que las actividades de ocio pueden contribuir a la salud física, social, emocional y cognitiva ya que promueven estrategias de prevención, afrontamiento (ajuste, remediación y diversión) y trascendencia de patologías y trastornos diversos. Según la autora, existen certezas acerca de las relaciones entre ocio y salud, sin embargo se requieren investigaciones que den cuenta respecto de las direcciones que adquieren estas vinculaciones, como así también que analicen la incidencia de variables como género, edad, cultura, clase social, entre otras. Coincidentemente Ji-Sook Han y Ian Patterson (2007) señalan que en el campo de investigación del ocio son necesarias evidencias empíricas que demuestren cuáles son los tiempos de actividades y experiencias de ocio que están más relacionadas con la salud y el bienestar de los individuos.

Al dibujar o hacer manualidades siento un placer enorme que me aleja de los problemas (Carla, 22 años).

(Música y pintura)...son un medio para canalizar mi estrés, cuando las realizo me siento contenido (Miguel, 18 años).

Me siento bien realizando guitarra y danzas, ambas son mi cable a tierra, me olvido del entorno, del estudio, de todo (Lorena, 24 años).

(Pintura) volví a retomarlo como hobby y terapia. En este momento es lo único que verdaderamente me gusta hacer (Paula, 40 años).

La producción literaria me ha servido como catarsis en determinados momentos de mi vida (Liliana, 63 años).

(Teatro, artesanías y danzas) me siento útil y llena de vida cuando las realizo (Marta, 57 años).

Los análisis de las entrevistas y los estudios bibliográficos realizados aportan argumentos a favor de la consideración de las actividades de ocio como oportunidades para la promoción de la salud y la calidad de vida de las personas. Estudios detallados

acerca de las características particulares de las actividades, de los sujetos, de los contextos y su incidencia en la salud y calidad de vida son necesarios para comprensiones más avanzadas acerca de las interacciones entre las variables mencionadas. Sin embargo, consideramos relevantes los resultados obtenidos, emergentes de las entrevistas a los sujetos que participan regularmente en actividades estructuradas de ocio, en tanto abren una línea interesante de investigación que articule creatividad, ocio y salud.

La creatividad y las actividades de ocio también son usadas como recursos terapéuticos para el tratamiento de patologías diversas y como herramienta para la inclusión social. Griffiths (2008) investigó acerca de la utilidad de las actividades creativas en tratamientos de personas con problemas mentales. Entre los resultados más importantes, la investigadora destacó que las actividades creativas son un recurso efectivo para el tratamiento de problemas mentales en tanto promueven experiencias óptimas de *fluir*, fortalecen el compromiso con las tareas, la estructuración del tiempo y las interacciones entre los miembros del grupo. Barnes, Davis y Rogers (2006) llevaron a cabo seminarios sobre diversas formas de expresión en servicios de salud mental para mujeres. Observaron que las participantes tuvieron experiencias positivas en las que pudieron contar sus historias en entornos en los que se reconocía y valoraba sus expresiones. Reynolds, Hean y Prior (2008) estudiaron las percepciones y experiencias en actividades artísticas de mujeres que viven con cáncer. Las participantes expresaron que las propuestas artísticas les generan vivencias de placer y posibilidades de conexión social. La promoción de la creatividad de partir de actividades artísticas y ocio también es un recurso utilizado para inclusión social de grupos marginados (Gonçalves Praum y de la Torre, 2006; Balshaw, 2004).

En el análisis de las actividades extras como oportunidades de ocio y creatividad parecen integrarse algunos de los desarrollos más importantes del campo de investigación de los procesos creativos. La *motivación intrínseca* (Amabile, 1996) es determinante en la elección y el desarrollo de las actividades de ocio. Es la motivación intrínseca la que permite que los sujetos mantengan la participación en las actividades a personas de los obstáculos

personales y contextuales que puedan aparecer. Las personas buscan apoyo, organizan tiempos y espacios y hasta *sacrifican* aspectos de la vida personal y social, para poder realizar las actividades que les interesan.

La participación en actividades extras también se vincula con la *autorrealización*, constructo asociado a la creatividad, tal como lo definió Maslow hace cinco décadas (Boyd Hegarty, 2009; Richards, 2007). Asimismo, la *autoexpresión*, (Runco, 2007; Henderson, 2004) también es una posibilidad para el desarrollo de la creatividad que emerge a partir de los desempeños en actividades de ocio como las que realizan las personas entrevistadas en nuestro estudio.

Vivencias de *fluir y placer* (Csikszentmihalyi, 1996) también son experimentadas por los personas durante la realización de actividades artísticas, culturales y comunitarias durante el *tiempo libre*. Estas experiencias de fluir y placer, a la vez, estarían vinculadas con la felicidad y el bienestar de las personas. Sin embargo, Csikszentmihalyi (1996) sostiene que las relaciones entre fluir y felicidad dependen de si la actividad que produce fluir es compleja, produce nuevos retos y contribuye al crecimiento tanto personal como cultural.

Investigaciones actuales buscan articulaciones entre creatividad y ocio (Boyd Hegarty, 2009; Richards, 2007a). Cada vez cobran mayor relevancia en el campo de investigación de la creatividad los estudios referidos a la vida cotidiana de las personas. En la última década las investigaciones incorporan técnicas que recogen datos acerca de los desempeños de las personas comunes en diversos contextos. Cuestionarios sobre la vida cotidiana y las actividades de ocio cada vez son más frecuentes entre los estudios de la creatividad, independiente de los enfoques utilizados (Furnham et al. 2008; Wolfradt y Pretz, 2001).

En nuestro estudio observamos que la participación en actividades extras estructuradas durante el tiempo libre representa para las personas comunes oportunidades para el despliegue de la creatividad y la vivencia de experiencias de placer y fluir. A la vez, estas *oportunidades* parecen estar asociadas a la salud y el bienestar

general de las personas. Investigar y promover actividades de ocio en las personas comunes es uno de los caminos propicios para el estudio de la creatividad con minúsculas y la promoción de la salud. Articular ocio, creatividad y salud en contextos cotidianos es, desde nuestro punto de vista, uno de los desafíos de las investigaciones de la vida cotidiana. Asimismo, promover contextos en donde estas articulaciones puedan emerger es un reto para los dirigentes sociales y políticos.

Recuperar en el campo de investigación de la creatividad y de la vida cotidiana las perspectivas humanistas de análisis es un importante avance para la consolidación de teorías más avanzadas y a la vez integradoras de los procesos creativos en personas comunes. Entre las propuestas integradoras más destacadas encontramos los planteos de Richards (2007a) que articulan enfoques humanistas, sociales y de la teoría de la complejidad. Condicionamientos subjetivos como las motivaciones, los intereses personales, los conocimientos previos se interrelacionan con condicionantes contextuales y sociales configurando la compleja trama de lo que la autora denomina creatividad de todos los días (*everyday creativity*). Estos condicionantes generan tanto oportunidades como obstáculos que son permanentemente resignificados por los sujetos en cada contexto de interacción.

También creemos relevante recuperar la *palabra* de las personas comunes en las investigaciones de la creatividad, comprender las significaciones que construyen y las emociones emergentes a partir de la participación en actividades de ocio y de despliegue de procesos creativos. Estudiar las experiencias *subjetivas* vinculadas al desarrollo de la creatividad en contextos cotidianos es indispensable para lograr comprensiones y *datos empíricos válidos y relevantes*. Que las personas manifiesten sentirse *felices* pintando, escribiendo, bailando, ejecutando un instrumento musical, ayudando a los demás, es un *dato trascendental* para las teorías de la creatividad de todos los días. Subrayar el valor de las actividades de ocio y de la creatividad en la vida de las personas comunes es central en la consolidación de estudios de los procesos creativos que vayan más allá de los requisitos teóricos y técnicos impuestos por algunos enfoques y perspectivas de análisis.

Revalorizar la idea de la creatividad como una posibilidad de todas las personas que excede los campos *tradicionales* donde los procesos creativos eran posibles, es un avance relevante no solo para la investigación en particular sino también para las vidas de las personas en general.

Nosotros usamos nuestra creatividad cotidiana a lo largo de nuestras vidas, en el trabajo y en el ocio, si hacemos una venta, organizamos una acción benéfica, asesoramos a un cliente, ayudamos a los niños a hacer las tareas escolares o planeamos vacaciones de invierno (...) nuestra creatividad cotidiana nos ofrece nuevas maneras de pensar, de experimentar el mundo y experimentarnos a nosotros mismos (Richards, 2007a: 4).

El diseño y la ejecución de políticas comunitarias que se sustenten en los datos teóricos y empíricos que vinculan creatividad, ocio y salud es el desafío para contribuir mejores sociedad y mejores oportunidades para las personas. Hacer que las investigaciones lleguen a los contextos cotidianos y redunden en beneficios para la sociedad es el reto mayor.

¿Cuándo? Tiempos y creatividad

Desde la perspectiva de las personas participantes del estudio, el *tiempo* aparece como uno de los condicionantes principales del despliegue de la creatividad. *Disponer de tiempo* y *falta de tiempo* son las dos expresiones que resumen las percepciones de las personas comunes respecto de este importante condicionante de la creatividad.

Analizar las relaciones entre tiempo y creatividad supone, en primera instancia, establecer algunas consideraciones previas respecto del tiempo y la vida cotidiana. Definir el *tiempo* es una tarea compleja ya que los sujetos construyen y vivencian distintos *tiempos* de manera simultánea. Las personas actúan *condicionadas* por el tiempo objetivo o real (marcado por convenciones y horarios), y la vez, construyen tiempos subjetivos o vividos particulares que

también inciden en sus acciones y en las formas de significar las mismas.

(...) el tiempo vivido no sólo es antropomórfico, sino también subjetivo. La experiencia interior temporal de la persona particular no es mensurable de ningún modo (...) no tienen ninguna correlación con el tiempo efectivamente transcurrido, con la cantidad de tiempo medido en base a una convención social (Heller, 1994: 392).

Cuenca (2000) señala que la persona actúa en tres tipos de temporalidades antropológicas: social, laboral y personal. El tiempo exterior, que sirve de marco a su vida, es el tiempo social e histórico, en él se inserta el tiempo pasado en el trabajo. El tiempo personal es particular de cada persona, es un tiempo intensivo e interior. Mientras que los tiempos sociales y laborales son mensurables, cronológicos, cuantitativos, el tiempo personal es subjetivo y cualitativo.

El análisis de la dimensión temporal es relevante en los estudios del ocio y de la creatividad de todos los días. El ocio como experiencia forma parte del tiempo personal, mientras que el tiempo libre se corresponde con los otros dos *tipos* de tiempos. Según Cuenca (2000) la distinción entre tiempo social, del que forma parte el tiempo libre, y tiempo personal, en el que se inserta la experiencia de ocio, es esencial para diferenciar ocio y tiempo libre, ya que el hecho de tener tiempo libre no implica necesariamente vivir el ocio.

Las personas *utilizan* el tiempo objetivo de diversas maneras en los distintos contextos de interacción. El *tiempo libre* (o los *tiempos libres*) depende de restricciones objetivas impuestas por los tiempos laborales y las responsabilidades familiares y sociales. Las experiencias de ocio suponen usos particulares del tiempo libre, son construcciones y vivencias subjetivas.

Analizar la variable *tiempo libre* también supone reconocer que existen diferencias entre hombres y mujeres respecto del tiempo libre objetivo, el uso del mismo y la calidad de las experiencias

vividas durante este tiempo. Según Sánchez-Herrero (2008) factores biológicos, laborales, económicos y sociales hacen que la cantidad, la calidad y el contenido del tiempo libre y del ocio sean diferentes según género. La autora considera que analizar el tiempo libre y el ocio desde una perspectiva de género es imprescindible para comprender la interacción de las diferentes esferas de la vida y su impacto en la salud y el bienestar de las personas.

Las relaciones entre tiempo y creatividad en contextos cotidianos parecen ser complejas y estar mediadas por motivaciones, intereses y percepciones construidas respecto del tiempo real disponible. Estas relaciones complejas se reflejan en las expresiones de los participantes del estudio. Mientras que los que participan en actividades extras dicen *me hago tiempo para hacer lo que me gusta*, los que no participan sostienen *me gustaría hacer alguna actividad pero no tengo tiempo*. El tiempo es una variable importante a tener en cuenta a la hora de estudiar la participación de las personas en actividades extras y el despliegue de los procesos creativos. Desde una perspectiva de análisis del tiempo libre objetivo disponible, observamos que las personas que no participan en actividades estructuradas dispondrían de cantidades similares de tiempo libre, considerando responsabilidades laborales, académicas y familiares. Sin embargo, perciben que no disponen de tiempos necesarios para realizar actividades estructuradas de ocio.

Creemos relevante analizar el uso que las personas realizan de su tiempo libre y las percepciones que construyen respecto del tiempo real disponible. Las personas que no participan en actividades extras usan el tiempo libre para otro tipo de actividades menos estructuradas. La no participación en actividades extras reguladas parece vincularse más con los intereses y motivaciones de las personas que con el tiempo real disponible.

Hacerse tiempo, refleja una construcción singular del tiempo que depende de las motivaciones de los sujetos y de sus intereses por campos particulares. Quienes tienen interés en participar en actividades extras se *hacen tiempo*, organizan sus horarios, buscan

ayuda y apoyo en familiares y amigos, priorizan y seleccionan actividades. Las personas que participan en actividades extras tienen obligaciones laborales o académicas similares a los que no participan, sin embargo, se *hacen tiempo* para dedicarse a las actividades que les interesan.

Realizo un trayecto de arte orientado a la danza clásica (...) también curso danzas modernas, danzas españolas (...) también participo en un ballet. (...) con el tema de organizar los horarios estoy un poco complicada (...) un día de mi vida consiste en levantarme tipo 5:30 o 6:00 y comenzar a estudiar o realizar actividades para la facultad, 7: 30 voy a la cooperativa, 12:10 a la facu y de allí a la escuela de danza, vuelvo a mi casa a las 22 (...) estoy bastante cansada, pero me gusta mucho lo que hago (...) a veces siento que el cuerpo no me da más pero soy muy feliz haciendo lo que hago (Cristina, 24 años).

Por la mañana hago mis quehaceres, a la siesta asisto al curso de cerámica de 14: 30 a 18:00 y de 19:00 a 23 asisto a la escuela de arte. A la noche estudio y termino mis manualidades (Ana, 20 años).

Me levanto temprano, hago lo del hogar y dispongo del resto de la mañana para la pintura, después me voy a trabajar, a la noche termino algún trabajito (Romina, 36 años).

Intento organizarme en el tiempo y el espacio para realizar estas actividades (literatura y música), para realizar las actividades me divido en varias partes el día, participo porque hago lo que siento, cuando realizo estas actividades me siento libre y capaz de crecer (Gonzalo, 20 años).

En otro estudio (Elisondo, 2008a) también nos referimos a la importancia de analizar la variable tiempo y específicamente el *hacerse tiempo* y su incidencia en la creatividad. Observamos que alumnos universitarios con iguales obligaciones académicas percibían de manera diferente el tiempo *libre* disponible para otras actividades.

Nos preguntamos si participar de diversas actividades depende del tiempo, noción que también aparenta ser más subjetiva que objetiva, o de los intereses y las iniciativas personales. *Hacerse tiempo*, expresión que suele aparecer entre los potencialmente más creativos, refleja de alguna manera que la noción de tiempo es bastante más subjetiva de lo que tal vez podamos visualizar. Estos alumnos que establecen relaciones singulares con los contextos también lo harían con el tiempo. *Hacerse tiempo* implicaría que los sujetos a pesar de las limitaciones reales que los horarios de cursado y las demás obligaciones académicas, buscarían modos, tal vez *creativos, de utilizar* y aprovechar el tiempo de una manera particular, o al menos diferente a la mayoría de las personas (Elisondo, 2008a: 145).

Hacerse tiempo es una expresión frecuente entre los participantes en actividades extras estructuradas. Esta frase refleja una construcción particular del tiempo personal a partir de las restricciones impuestas por los tiempos sociales y laborales. *Hacerse tiempo* implica construir el tiempo personal de manera tal que puedan compaginarse actividades *obligatorias* y *voluntarias, responsabilidades* y *deseos, limitaciones* y *libertades*.

El tiempo no solo es una categoría relevante para analizar las diferencias entre los usos y construcciones de personas que participan en actividades extras respecto de los que no los hacen, entre las personas que realizan actividad de ocio, el tiempo también aparece como un condicionante importante. En muchos casos, el tiempo objetivo, social y laboral, impone limitaciones al desempeño en actividades de ocio. Estas limitaciones son percibidas como obstáculos en las personas comunes y a la vez, aparece en sus expresiones, el deseo que revertir estas limitaciones y disponer más tiempo para las actividades de ocio.

El tiempo aparece como una limitación para aquellos que participan regularmente en actividades extras. Varios de los entrevistados manifiestan que les gustaría disponer de mayor cantidad de tiempo para dedicarse a las actividades que les

interesan. En muchos casos, los entrevistados expresan que les agradaría vivir de esas actividades, sin embargo aún no pueden hacerlo y deben desempeñarse en trabajos que no son del todo de su agrado. La imposibilidad de dedicarse *de lleno* a las actividades de interés obliga a las personas a organizar sus tiempos, compaginando obligaciones laborales e intereses personales.

Dedicarse de lleno, vivir de eso son deseos de muchas de las personas que realizan actividades extras. Articular ocio con trabajo parece ser el anhelo de varias de las personas entrevistadas. Algunas personas expresan estar en proceso de búsqueda de alternativas que les permitan sustentarse económicamente con las actividades que les causan placer y satisfacciones. Considerando lo planteado en el apartado anterior, creemos que dedicarse de lleno a las actividades de ocio incidiría favorablemente en la calidad de vida y la salud de las personas, en tanto actividades que generan placer, satisfacción, realización y felicidad.

Me gustaría dedicarme de lleno al acordeón y al recitado, pero todavía no puedo, soy panadero (Juan, 50 años).

Me gustaría tener un poco más de tiempo para dedicarme a la música y perfeccionarme (Julieta, 27 años).

Me gustaría dedicarme a full y que se convirtiera en mi principal trabajo para con ello vivir (Claudia, 46 años).

Me gustaría tener mi propio taller de pintura fuera de mi casa y poder vivir de eso (Paula, 40 años).

El tiempo es una variable importante a considerar en el análisis de los procesos de despliegue de la creatividad en contextos cotidianos. Proponemos una interpretación del tiempo como variable objetiva y subjetiva, y como una construcción y reestructuración de cada sujeto que se sustenta principalmente en la motivación. *Hacerse tiempo* aparece en las entrevistas como una frase que representa esta relación particular con el tiempo motivada por el interés y el deseo de desempeñarse en diversos contextos y situaciones. *Hacerse tiempo* parece ser uno de los

factores que distingue entre las personas que participan en actividades extras y las que no lo hacen.

El tiempo también es una variable a analizar específicamente durante los procesos de creación. La pérdida de la noción del tiempo y del espacio es una característica propia de los procesos de creación y de las experiencias de *fluir* (Csikszentmihalyi, 1996).

Cuando me pongo a escribir una obra de teatro, si estoy inspirado y me salen las ideas, puedo estar toda la noche (...) se me pasan las horas y no me doy cuenta, después al otro día estoy muy cansado, pero contento si lo que escribí está bueno. A veces me despierto con alguna idea, en la mitad de la noche y me tengo que levantar a escribir, no importa la hora que sea, sino no me puedo dormir (Lucas, 25 años).

Pero aún más, el espacio de teatro es un lugar donde cada uno puede divagar libremente escapando en cierta forma de la rigidez de los horarios y de la rutina misma (Carlos, 23 años).

Durante los procesos de creación, el tiempo objetivo parece distorsionarse, hay una pérdida de la noción de tiempo cronológico. El proceso de creación, durante las experiencias de *fluir*, parece regirse por una noción particular de tiempo. El tiempo objetivo está relegado, pasa a un segundo plano, siendo para el sujeto las experiencias de *fluir* y los objetos que está creando lo más importante en esos momentos que objetivamente pueden durar varias horas.

El tiempo condiciona de diversas maneras los procesos de despliegue de la creatividad de la gente común. Por un lado, el tiempo social y laboral suele imponer limitaciones a las posibilidades de desarrollar la creatividad, no obstante, algunas las personas se hacen tiempo, construyen tiempos particulares que les permitan desarrollarse y generar productos a partir de las actividades que les interesan. Por otro lado, el proceso de creación parece regirse por tiempos ajenos a las convenciones y por tiempos invadidos por los procesos de *fluir* y los deseos de crear.

Articular los diversos tiempos (objetivos, sociales, laborales, personales, creativos) parece en muchas ocasiones generar conflictos y situaciones complejas en la vida cotidiana de las personas comunes. Renuncias y *sacrificios* personales, familiares y laborales, búsquedas de apoyos y ayudas externas, son necesarias, frecuentemente, para que las personas comunes puedan *sostener* las actividades de ocio y los procesos de despliegue de la creatividad.

¿Dónde? Espacios y creatividad

Al igual que el tiempo, el espacio es una categoría importante en el análisis de la vida cotidiana (Heller, 1994; Lindon, 2000). Desde una perspectiva sociológica, ambas categorías permiten construir aproximaciones acerca de las acciones y los sentidos de las personas en contextos cotidianos de interacciones.

El espacio de la experiencia práctica supone el manejo de las distancias sociales y afectivas (...) el espacio en el cual se produce la diada interacción/intersubjetividad, constituye un territorio en el cual se inscribe un lenguaje natural (...) el territorio puede ser entendido como un modo de organizar la experiencia sensible y la territorialidad, como la relación que establece el individuo con ese territorio (Lindon, 2000: 11)

Las personas construyen significados y sentidos particulares acerca de los espacios o *territorios* en los que viven cotidianamente. En el análisis de los procesos de despliegue de la creatividad consideramos relevante atender a las relaciones singulares que las personas construyen respecto de los diferentes espacios de interacción. A la vez, destacamos que varios de los participantes del estudio generan permanentemente nuevos espacios propicios para el despliegue de la creatividad.

A partir de análisis de las entrevistas, visualizamos diversas actividades y contextos de participación. Los entrevistados se desempeñan en múltiples espacios y organizaciones: centros culturales, vecinales, programas educativos de adultos, clubes de

barrio, instituciones educativas, etc. Destacamos la relevancia de las oportunidades disponibles en estos entornos como así también el aprovechamiento que los sujetos realizan de dichas posibilidades. En estos espacios sociales, las personas comunes encuentran oportunidades de aprender, desarrollar habilidades y desplegar sus potenciales en diversas actividades y propuestas. Los entrevistados asignan un valor importante a estos espacios y contextos, no solo para el desarrollo de las actividades elegidas sino también con entornos promotores de intercambios, de trabajo conjunto y de ayuda a los demás.

Nuestros planteos se articulan con una temática que cada vez cobra mayor relevancia no sólo en el campo de investigación de la creatividad, sino también en campos heterogéneos como los de las políticas sociales, las gestiones territoriales y las economías locales. Programas y documentos de la UNESCO (Alonso, 2009), congresos y jornadas (Congreso de Ciudades Creativas –Madrid, 2009- y Congreso de Creatividad e Innovación –Cáceres, 2009), investigaciones en diferentes países (Romeiro y Méndez Gutiérrez, 2008; Nivón Bolán, 2008; García, 2008) tratan el tema de las ciudades creativas y su incidencia en el desarrollo local, económico y personal de los ciudadanos.

Los planteos de Florida (2002) se sustentan en los paradigmas sociológicos que defienden la importancia del capital humano, la creatividad y la innovación para el desarrollo de las ciudades. Según Florida, el motor de la economía se encuentra en el sector creativo, es decir en las personas que agregan valor económico a través de su creatividad. La clase creativa se divide en dos grupos, el núcleo súper-creativo (personas que se ganan la vida a partir de su creatividad y están ocupados en el sector de alta tecnología y matemáticas, arquitectura e ingeniería, ciencias, educación y arte, diseño, entretenimiento y medios de comunicación) y los profesionales creativos, que trabajan en gestión y administración, en negocios y finanzas, o son abogados y médicos. Si bien las actividades de estas profesiones pueden tender hacia la rutina, requieren altos grados de innovación y creatividad para llevarlas a cabo con éxito. Florida (2002) ha demostrado que la clase creativa emigra de las ciudades si éstas no les ofrecen las

oportunidades de desarrollo que necesitan. Las ciudades que atraen a las clases creativas son aquellas en las que existen muchas alternativas y posibilidades de empleos creativos, alta calidad en equipamiento y dinamismo *cultural* (lugares ricos en actividades culturales y vida vecinal, lugares tolerantes a la diferencia y ambientes innovadores).

Las ciudades creativas serían aquellas que generan espacios para el desarrollo de la creatividad de sus habitantes a través de diversas acciones y programas sociales, comunitarios y culturales. Estas ciudades atraerían a los creativos y les permitirían desarrollar sus potenciales en diversas acciones y productos. Hace ya varios años, Gardner (1993) y Csikszentmihalyi (1996) también señalaron que los creativos tienden a dirigirse hacia centros culturales en los que encuentran mayores oportunidades de formación y desarrollo de los potenciales creadores.

Según Menchen (2007) una ciudad creativa es aquella que proporciona a sus ciudadanos las condiciones y el clima propicio para que fluya la creatividad, con el objeto de generar proyectos innovadores que beneficien a toda la comunidad. Estas ciudades logran definir explícitamente el modelo deseado de ciudad, construir redes sociales, formar ciudadanos creativos, favorecer la confluencia de culturas, el acceso a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y la apertura a planes y programas innovadores.

En un documento de la UNESCO (2004) se reconocen dificultades para concretar los *ideales* de las ciudades creativas en prácticas concretas. Según el organismo, es necesario encauzar el potencial creativo a fin de que éste beneficie de forma efectiva a las poblaciones urbanas. Sabate y Tironi (2008) proponen construir ciudades creativas participativas en las que se reconozca el valor de todos los actores urbanos, de esta manera podrán crearse proyectos urbanísticos significativos y sostenibles.

Hoy por hoy, para ser una ciudad global y competitiva, ya no basta con la frialdad de las infraestructuras y la abstracción de las finanzas; hoy se requiere ser ciudad dinámica, patrimonial, cultural y bella. Se ha dado un gran

paso, la ciudad gana espesura, pero ésta se rigidiza (...) Esta ciudad se nos muestra poco atenta a los desafíos de la escala de barrio y a la vida cotidiana, ciega ante las desigualdades (económicas, educacionales, tecnológicas, de género, culturales) propias de la nueva economía que se quiere propulsar y muda frente a las conflictos que surgen por las definiciones simplificadas que se hacen de cultura, patrimonio y creatividad (Sabate y Tironi, 2008: 11-12).

A pesar de las críticas que ha recibido Florida por su planteos (Glaeser, 2004; Peck, 2005), consideramos que su aporte principal ha sido poner sobre el tapete un tema central en el campo de investigación de la creatividad como lo es el de los contextos urbanos y las políticas locales y económicas. Creemos que las ciudades deben ofrecer múltiples oportunidades para que las personas desarrollen sus potenciales creadores. Más allá de las clases creativas definidas por Florida (2002), entendemos que los espacios urbanos deben ser ricos, diversos y estimulantes para todos los ciudadanos, para que estos puedan aprovechar y *utilizar* los contextos, las actividades y las propuestas culturales, artísticas y educativas. Los barrios, las vecinales y los centros culturales locales deben convertirse en espacios promotores de la creatividad de los ciudadanos, esto redundará en beneficios no solo para las personas comunes sino también para el desarrollo local.

Muchas de las actividades de ocio en las que participan los entrevistados se realizan en el marco de proyectos locales y en espacios comunitarios como vecinales y centros culturales. Destacamos la relevancia de estos espacios y del aprovechamiento que algunas personas hacen de los mismos. Asimismo, consideramos necesario que se amplíen los espacios disponibles y se promueva la participación de mayor cantidad de ciudadanos. Algunos de los participantes del estudio, específicamente los que viven en localidades pequeñas, se han referido a las escasas oportunidades artísticas y culturales disponibles en sus ciudades. Estos participantes han señalado que vivir en localidades pequeñas es una limitación para el desarrollo de su creatividad.

El hecho de vivir en localidades pequeñas y lejos de centros culturales importantes, no actúa a favor del desarrollo de la creatividad (Celina, 64 años).

Más allá del modelo de *ciudades creativas*, que puede parecer un tanto ideal e inalcanzable para algunas ciudades y países, subrayamos la importancia de las propuestas locales generadoras de espacios propicios para el despliegue de la creatividad. Proyectos culturales en vecinales y centros comunitarios ofrecen oportunidades para que las personas comunes interactúen con distintos lenguajes artísticos y adquieran experiencias diversas.

Los Talleres Culturales Municipales son propuestas educativas - culturales alternativas abiertas a la comunidad. 4000 ciudadanos riocuartenses hemos tenido la oportunidad una vez más de elegir los talleres de nuestra preferencia y participar de modo gratuito, de Abril a Noviembre, en alguna de las 70 organizaciones sociales donde se llevaron a cabo. Somos niñ@s, jóvenes y adultos que participamos en procesos grupales de auto-socio construcción de conocimientos y que hemos descubierto que la cultura se construye siendo protagonistas, creadores, artesanos, hacedores... Hace 20 años comenzó a gestarse esta idea, este sueño, este sentimiento colectivo (Documento de la Fundación por la Cultura, 2007: 1)

Además de las propuestas culturales oficiales de gobiernos locales, provinciales y nacionales, es relevante destacar la incidencia social, cultural y económica que tienen en la sociedad civil actual movimientos populares y comunitarios autogestionados. A partir de la crisis social de 2001, han emergido en Argentina diversos movimientos y agrupaciones populares (Sirvent, 2007). En estas organizaciones comunitarias se generan múltiples propuestas y alternativas artísticas, culturales y sociales, diversos espacios y contextos para la creatividad de la gente común.

Consideramos que crear ciudades creativas va mucho más allá de propósitos económicos, los potenciales *beneficios sociales y subjetivos* deben ser también tenidos en cuenta para la construcción

de contextos donde la creatividad de las personas comunes sea potenciada. Crear nuevos espacios y consolidar propuestas generadas por agrupaciones comunitarias y proyectos oficiales es indispensable para la construcción de ciudades creativas para la gente común.

En párrafos anteriores nos referimos a construcciones particulares de los tiempos realizadas por los sujetos. Los espacios también son construidos y reconstruidos por las personas a partir de elaboraciones singulares. Consideramos que analizar los espacios disponibles para la creatividad y los procesos de apropiación de dichos espacios, es importante en el análisis de los procesos creativos de la gente común. Los espacios, que siempre trascienden los entornos físicos y están determinados por las interacciones sociales, son *buscados, resignificados y usados* por los sujetos según sus intereses, motivaciones, representaciones y deseos.

También es relevante analizar cómo los sujetos *generan* espacios para el desarrollo de la creatividad. Varios de los entrevistados han generado sus propios grupos y organizaciones, construyendo oportunidades para desplegar sus capacidades en diferentes actividades y también abriendo nuevos espacios para otras personas. *Grupos de danza, bandas de música, talleres artísticos y de artesanías, organizaciones no gubernamentales*, son contextos construidos por algunos de los participantes del estudio.

La idea de armar un taller de teatro en la institución me surge a partir de mi idea de que el arte es muy importante en la formación docente. A partir de esta idea, empecé a hablar con miembros de la escuela, buscar espacios y convocar a la gente a participar (Lucas, 23 años).

Tengo una ONG de artes plásticas, lo hago como una actividad fuera de la docencia. Participo porque es una forma de expresarme, vivo del arte, es una necesidad (Amanda, 60 años).

Estoy en una granja de niños de la calle, soy fundadora de una granja para niños discapacitados y fundadora de una escuela (Mónica, 56 años).

Analizar los contextos y las oportunidades que éstos ofrecen es central para comprender los procesos de despliegue de la creatividad de todos los días. Los recursos disponibles y las capacidades de generarlos también son condicionantes importantes de la creatividad. Los entrevistados han señalado que la carencia de recursos económicos, cognitivos y sociales, *no tener materiales, datos y ayudas*, influyen negativamente en las posibilidades de las personas comunes de ser creativas en su vida cotidiana.

Además de los contextos y los recursos, es relevante tener en cuenta el papel de los sujetos en la apropiación de los mismos y en la generación de nuevos espacios y medios. Las formas en que las personas comunes perciben los entornos, se acercan a ellos, se involucran e interactúan parecen condicionar las posibilidades de desarrollar la creatividad en contextos cotidianos. Complejos procesos se dan entre los sujetos y los contextos, a veces de sucesivas aproximaciones y alejamientos, de apropiaciones y expropiaciones. Según Van Oers (1998), el contexto es una construcción dinámica que se produce en la interacción entre sujetos y objetos en las actividades humanas.

En un estudio previo sobre alumnos universitarios (Elisondo, 2008a), planteamos como hipótesis que la creatividad estaría relacionada con la construcción de contextos subjetivos, es decir formas particulares de vincularse con los contextos, aprovechando sus oportunidades y generando alternativas. Señalamos que las posibilidades disponibles en los contextos deben hacerse perceptibles e ingresar en los contextos mentales de los estudiantes.

En la vida cotidiana en general y en el despliegue de la creatividad en particular, analizar los espacios y las interacciones que en ellos se producen es importante para lograr avances y comprensiones situacionales de los fenómenos de estudio. Espacios objetivos y subjetivos se construyen y reconstruyen en las interacciones generando oportunidades para el desarrollo de las potencialidades creativas de las personas comunes. Es relevante que existan espacios objetivos donde las personas puedan desarrollarse e interactuar, sin embargo esto no es suficiente si los

sujetos no se apropian de estos espacios, los reconstruyen y los usan para la producción de objetos y artefactos culturales. Consideramos que deben ofrecerse variadas oportunidades y alternativas en los contextos cotidianos de interacción de las personas comunes y a la vez, deben hacerse visibles estas posibilidades y propiciarse la apropiación de las mismas por parte de los sujetos.

¿Con quién? Los otros y la creatividad

La creatividad siempre es un proceso social, implica, de alguna manera, a otras personas. Estas personas juegan distintos roles y ocupan diferentes lugares durante el proceso de despliegue de la creatividad. Compañeros, tutores, mentores, familiares, colegas, profesores, críticos, evaluadores, coordinadores son determinantes en los procesos creativos ya que aportan, desde sus diferentes lugares, conocimientos, apoyos, recursos, sugerencias, críticas, juicios, entre otras *contribuciones*.

En el campo de investigación de la creatividad se han estudiado las influencias sociales desde diferentes perspectivas y considerando diversas unidades de análisis. Influencias familiares (Lim y Smith, 2008; Gute, Gute, Nakamura y Csikszentmihalyi, 2008; Runco y Albert, 2005), escolares (Craft, 2005; Fasko, 2000; Amabile, 1996), laborales (Amabile et al. 2004; Isaksen et al. 2000; Williams y Yang, 1999), culturales (Kharkhurin y Samadpour Motallebi, 2008; Lubart, 1999) y socio-históricas (Simonton, 1999) han sido objeto de análisis en las investigaciones sobre creatividad desarrolladas en la última década.

Runco (2007a) sostiene que la creatividad está condicionada por diferentes tipos de *influencias sociales*. Estas influencias son interpersonales y ambientales, aunque en situaciones prácticas sea difícil distinguirlas, ya que son las personas, a partir de las interacciones, las que crean condiciones contextuales propicias o no para la creatividad. Según Runco (2007a) existen influencias sociales directas sobre los procesos creativos como por ejemplo instrucciones explícitas, orientaciones sobre el proceso creador e

influencias indirectas a partir de las cuales personas significativas como por ejemplo padres, maestros y compañeros generar ambientes para el despliegue de la creatividad.

En los procesos de desarrollo de la creatividad de las personas comunes, familiares y amigos tienen un papel destacado ya que apoyan las acciones de los sujetos brindándoles contención, ayuda en las actividades cotidianas y *liberándolos* de algunas responsabilidades a fin de que puedan participar en las actividades de ocio que les interesan.

El constante aliento que me dan todos los que me rodean influye positivamente en mi creatividad (...) que las cosas no salgan como uno quiere, afecta negativamente, bajando la autoestima (Lorena, 30 años).

Soy policía, de noche estudio psicología y hago teatro, no podría hacer nada si no es por el apoyo de mis hijos y mi marido (Patricia, 40 años).

Durante la participación en actividades de ocio, las interacciones que las personas comunes construyen con profesores, coordinadores y compañeros condicionan los procesos de despliegue de la creatividad. Intercambios de conocimientos teóricos y prácticos, experiencias y formas de desempeñarse en los campos amplían los *horizontes* de los sujetos y enriquecen sus obras y procesos de creación. Varias de las actividades de ocio en las que participan los entrevistados suponen construcciones grupales, en las que necesariamente las personas deben interactuar con los demás para poder construir los productos creativos. Estas interacciones y comunicaciones no sólo inciden en los productos creativos sino también en los procesos de desarrollo de la creatividad de cada una de las personas del grupo.

A mi hacer teatro me encanta, yo soy tímida y me ayuda bastante porque a pesar de mi vergüenza me suelto y actúo. Creo que te sirve mucho para la vida personal y social. Debido a que tenés que relacionarte sí o sí con el resto de tus compañeros, inventar historias, diálogos, estar frente a personas que concentran su atención en vos y

no te queda otra que hacerlo bien y dejar la timidez de lado (Gabriela, 21 años).

El público y los destinatarios de las obras y los productos también representan *otros* significativos en los procesos de desarrollo de la creatividad de la gente común. Las producciones se redefinen y reconstruyen en función de la mirada de los otros y de las percepciones de los creadores respecto de dicha mirada. Los creadores construyen imágenes y representaciones acerca de los destinatarios de sus obras que muchas veces condicionan el proceso creativo.

Siempre tenemos en cuenta al público en la presentación de las obras, cada obra se reconstruye en interacción con el público, es algo inacabado que deber ser completado por el público (Lucas, 23 años).

Jueces y evaluadores también miran los productos e inciden en los procesos creativos a partir de sus opiniones y críticas. El juicio de los otros es un factor importante en el análisis de las influencias sociales en la creatividad (Runco, 2007a). Csikszentmihalyi (1996) sostiene que la creatividad siempre tiene un componente social, en tanto depende la *aprobación* de los ámbitos especializados, estos son quienes determinar si un producto es creativo. Amabile (1996) también considera que la evaluación de productos debe realizarse a partir del juicio de otras personas expertas en el área de conocimiento a evaluar. No obstante, es preciso señalar que las perspectivas de Csikszentmihalyi y Amabile difieren en cuanto al tipo de productos evaluados, mientras que el investigador húngaro se centra en los logros de personas que revolucionan los campos (creativos con mayúsculas), Amabile analiza las producciones de personas comunes (creatividad con minúsculas).

Los otros también pueden generar obstáculos y dificultades en los procesos creativos. Algunos entrevistados que participan en actividades cuyo encuadre es grupal han manifestado que ciertas conductas y actitudes de los miembros el equipo no resultan favorables para el logro de los objetivos propuestos, el cumplimiento de las tareas y el desarrollo de la creatividad. *Falta de compromiso y dedicación de algunos miembros, las dificultades de*

comunicación, organización y gestión de las acciones grupales, problemas internos entre los participantes son algunas de las dificultades señaladas por los entrevistados. Asimismo, los otros inciden negativamente los procesos creativos a partir de *críticas destructivas, opiniones prejuiciosas y falta de respeto a la diversidad de puntos de vista*. Si bien, el *juicio* de los otros es una parte constitutiva de la creatividad, los entrevistados sostienen que estas *formas* de valoraciones negativas poco contribuyen a la mejora de las acciones y las producciones grupales e individuales.

A pesar de que ciertos estereotipos sociales vinculan a la creatividad con la soledad y el aislamiento, las evidencias empíricas demuestran que los procesos creativos están altamente condicionados por las influencias sociales. Estas influencias no actúan de igual manera en todos los sujetos, sino que cada uno redefine y percibe de forma particular los condicionantes sociales. Según Runco (2007a) para interpretar las influencias sociales en la creatividad es necesario asumir una postura que considere las múltiples interacciones que se producen entre los sujetos y los contextos. A partir de estas interacciones, las personas construyen interpretaciones particulares respecto de las situaciones, las oportunidades y los obstáculos.

¿Para qué? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Con quién? Reconstrucciones de los sujetos

Finalidades, tiempos, espacios e interacciones son reconstruidas por los sujetos durante los procesos de despliegue de la creatividad en contextos cotidianos. Los sujetos construyen relaciones particulares con los contextos y las personas a fin de poder desarrollar sus potenciales creadores a partir de la participación en diversas actividades culturales, artísticas y comunitarias. Hacerse tiempo y generar espacios son algunas expresiones que, tal como hemos explicado, reflejan construcciones particulares del *mundo* orientadas por motivaciones y emociones emergentes de los procesos de despliegue de la creatividad. Felicidad, satisfacción, fluir son algunas de las *sensaciones* descritas por los participantes que surgen a partir de la participación en actividades de ocio. Estas

sensaciones retroalimentan las motivaciones y los deseos de seguir participando y creando a partir de dichas actividades.

Consideramos que las personas reconstruyen y construyen relaciones singulares con las *variables* referidas (tiempos, espacios, recursos, relaciones) a partir de ciertas características personales, conocimientos disponibles y motivaciones. Personalidad, conocimientos y motivación, parecen ser factores determinantes del proceso creativo, en tanto influyen en la reconstrucción de otros condicionantes de la creatividad.

En el campo de investigación de los procesos creativos, abundan los estudios referidos a las relaciones entre creatividad y personalidad. Gran parte ellos se sustentan en las perspectivas psicométricas y en la búsqueda de relaciones entre rasgos de personalidad y capacidades creativas. Apertura a la experiencia y extraversión son algunos de los rasgos de personalidad que parecen correlacionar con las mediciones de creatividad (Kaufman, 2009; Silvia et al. 2009; Miller y Tal, 2007; Runco, 2007a; Dollinger, Urban y James, 2004; Feist, 1999). Sin embargo, a partir de los estudios analizados, observamos que las correlaciones entre rasgos de personalidad, medida a través de cuestionarios estandarizados y creatividad, evaluada mediante test, generalmente no son elevadas. En estas investigaciones tampoco se pueden establecer fehacientemente tipos de relaciones ni causalidades entre los constructos. Tal vez, ambos constructos, creatividad y personalidad, sean demasiado complejos y dinámicos como para poder ser estudiados sólo a partir de cuestionarios y pruebas estandarizadas. Además, las vinculaciones entre creatividad y personalidad parecen fluctuar en función de las situaciones y los contextos en los que las personas interactúan.

Runco (2007a) también señala algunas limitaciones de los estudios psicométricos de creatividad y personalidad. Falta de validez predictiva y atención a variables situacionales son los dos problemas principales de los estudios que intentan vincular capacidades creativas y rasgos de personalidad. Según el autor, las relaciones entre ambos constructos deben comprenderse a partir del análisis de diversas variables de manera interrelacionadas.

En los análisis que proponemos a continuación, procuramos establecer algunas vinculaciones entre características personales de los sujetos, inferidas a partir de las manifestaciones de los mismos durante las entrevistas, y los procesos de despliegue de la creatividad en contextos cotidianos. Retomamos planteos previos referidos a creatividad y personalidad, no obstante asumimos una perspectiva distinta a la psicométrica, analizamos las expresiones de las personas comunes y planteamos como hipótesis que ciertas características personales incidirían en el proceso creativo y la reconstrucción de espacios, tiempos e interacciones propicias para la creatividad.

Muchas de las personas entrevistadas demuestran un singular interés por diversas actividades y contextos. La búsqueda de experiencias culturales, educativas, artísticas y comunitarias lleva a varios de los entrevistados a participar en múltiples actividades de ocio. *Usos y construcciones* particulares de tiempos y contextos permiten a estas personas participar en variadas actividades de manera simultánea. Motivaciones personales y sociales, *sacrificios*, renuncias y búsquedas de apoyo se conjugan a fin de *sostener* las acciones de estas personas en los diversos contextos de acción y creación.

Toco el bajo eléctrico, toqué en varias bandas, soy profesor de dibujo y pintura, hice trabajos digitales para Junior Achievement, soy estudiante de ingeniería y trabajo como diseñador y creativo digital (Marcos, 26 años).

Hago teatro, danzas clásicas y estoy en una ONG. Me gustaría hacer algo de música y artes plásticas (Olga, 50 años).

Desde chica que hago artes plásticas, ahora también hago cerámicas y porcelana fría. También estoy en el grupo de la iglesia (Miriam, 26 años).

Estoy en un coro, hago teatro, toco la guitarra y juego al fútbol (Cristian, 28 años).

Desde hace más de dos décadas, los investigadores sostienen que la creatividad está relacionada con la apertura a la experiencia.

Costa y Mc Crae (1985 en Sternberg y Lubart, 1997) manifestaron que existen elevadas correlaciones entre la creatividad y apertura a la experiencia *-openness to experience-*. Según estos autores, las personas abiertas son aquellas que muestran una notoria curiosidad por su self interior y por el mundo que las rodea, y que además, permanentemente intentan experimentar cosas diversas. Es posible distinguir seis facetas de la apertura a la experiencia (Mc Crae, 1987): apertura a la fantasía, apertura a la estética, apertura a los sentimientos, apertura a las acciones, apertura a la ideas, apertura a los valores.

Kauffman (2009) señala que la apertura a la experiencia es uno de los rasgos de personalidad sobre los cuales existen mayor cantidad de evidencias respecto de su vinculación con las capacidades creativas. Además, apertura a la experiencia se vincula con la productividad y los logros creativos. Las personas abiertas a la experiencia obtienen mejores resultados en los instrumentos de evaluación de desempeños creativos en diversos campos.

En estudios previos realizados con alumnos de la Universidad Nacional de Río Cuarto observamos que los potencialmente más creativos muestran una marcada apertura a experiencias diversas en distintos contextos. Identificamos las distintas facetas de la apertura a la experiencia a partir de las entrevistas realizadas a los alumnos (Elisondo, 2008a). Diferencias significativas en el CREA según la variable participación en actividades extra-académicas fue uno de los resultados más importantes de una investigación desarrollada en la Universidad de Murcia (Elisondo, 2008b). Los alumnos que participaban en dos o más actividades (culturales, recreativas, deportivas, religiosas, políticas, comunitarias, etc.) obtuvieron medias significativamente superiores a los alumnos que no participaban o lo hacían solo en una de las actividades mencionadas.

En el estudio que estamos presentando identificamos este *rasgo de personalidad* o forma particular de interactuar en los contextos, a partir de las entrevistas realizadas sobre la vida cotidiana de las personas comunes. Estas personas serían abiertas a la experiencia en tanto demuestra un permanente interés por el

mundo y una necesidad de realizar prácticas en diferentes contextos. Consideramos que la participación en múltiples actividades de ocio sería un indicador de apertura a la experiencia y un factor condicionante del despliegue de la creatividad en contextos cotidianos.

Estudios actuales de la creatividad comienzan a incorporar en sus análisis las actividades cotidianas de las personas. Hobbies, actividades laborales y de ocio son categorías de análisis que en la última década se hacen más frecuentes en las investigaciones de la creatividad. Además de las *variables tradicionales* (inteligencia, personalidad, motivación), investigaciones recientes analizan la incidencia de los contextos y las acciones cotidianas de las personas en los procesos creativos (Silvia, et al 2009; Boyd Hegarty, 2009; Furnham et al. 2008).

Además de la apertura a las experiencias, observamos en las expresiones de los entrevistados otras características personales que también incidirían favorablemente en los procesos creativos. *Perseverancia, confianza en uno mismo, no conformismo, responsabilidad* son características subjetivas que han señalado los entrevistados como favorables para la creatividad.

Sternberg y Lubart (1997) también se han referido a la perseverancia como una variable de personalidad relacionada con la creatividad. Según Runco (2007a), perseverancia ante los obstáculos y persistencia en el trabajo son indispensables en los procesos creativos. El investigador retoma investigaciones previas de creativos con mayúsculas como las de Gardner (1993) y Csikszentmihalyi (1996) para argumentar acerca de la relevancia de estos rasgos en los procesos de creatividad. No obstante, consideramos que estos rasgos también son indispensables en el sostenimiento de procesos creativos con minúsculas. Afrontar obstáculos e *invertir* mucho tiempo y esfuerzo en actividades culturales, artísticas y comunitarias determinarían los procesos de despliegue de la creatividad en contextos cotidianos.

La confianza en uno mismo parece ser determinante a la hora de llevar a cabo procesos creativos. Algunos entrevistados han señalado que la poca confianza y la baja autoestima son

factores que inciden negativamente en los procesos creativos. Sternberg y Lubart (1997) consideran que las personas deben no solo confiar en sí mismas sino también en sus ideas, defenderlas, transfórmalas en productos y *venderlas* a otras personas. Runco (2007b) y Kaufman (2009) también se han referido a la incidencia de la fortaleza personal y la autoconfianza en la creatividad. Runco (2007a) sostiene, a partir del análisis de investigaciones previas, que la autonomía, la independencia y el inconformismo son características personales que se vinculan positivamente con la creatividad.

Hemos señalado características personales que influirían positivamente en los procesos creativos de la gente común. Además, consideramos que estas *variables* actúan de manera interrelacionada con otras variables *subjetivas* y a la vez, con condicionantes contextuales. Tal como explicaremos a continuación, las experiencias y los conocimientos previos y las motivaciones también son *variables subjetivas* que intervienen los procesos creativos a partir de la resignificación y reconstrucción de los demás condicionantes.

Desde la perspectiva de las personas entrevistadas, *las experiencias y los conocimientos previos* son determinantes en los procesos creativos. Según los sujetos, leer, estudiar, intercambiar conocimientos y adquirir experiencias diversas son acciones que se vinculan positivamente con la creatividad. Los entrevistados no se refieren estrictamente a conocimientos teóricos o *académicos* propios de los campos, saberes prácticos, estrategias de resolución de problemas, experiencias cotidianas parecen ser indispensables en los procesos creativos.

Para hacer algo creativo hay que saber, son necesarios conocimientos, experiencias y lecturas previas (Luis, 46 años).

Los conocimientos son uno de los componentes principales de la creatividad (Sternberg y Lubart, 1997). Cualquier proceso de creación requiere de conocimientos y experiencias previas en los campos de acción. La creación de productos originales siempre se realiza a partir de lo existente en campos, conocer lo que se ha producido es indispensable para generar algo nuevo, distinto de lo

ya construido. También cabe destacar en los procesos creativos la influencia de conocimientos procedimentales y prácticos indispensables para la creación de productos originales. Si los sujetos no disponen de conocimientos teóricos, procedimentales y prácticos son poco probables avances significativos en los campos.

Sin embargo, según Weisberg (1999), durante los procesos creativos se producen relaciones de tensión entre conocimiento y creatividad. Los conocimientos previos son indispensables pero también es necesario que las personas se distancien de los mismos para poder crear algo nuevo. En coincidencia con estos planteos, Sternberg (2006) considera que los conocimientos previos pueden ayudar a la creación de productos nuevos, no obstante también pueden obstaculizarlos. Las relaciones entre conocimientos y creatividad son complejas, los conocimientos son necesarios para *mover* los campos, pero en ocasiones también pueden limitar y reducir las perspectivas de las personas y no permitirle ver los problemas desde otros puntos de vista.

Ganas es la palabra que utilizan la gran mayoría de los entrevistados para definir el requisito principal para la creatividad. Según los participantes del estudio, el proceso de despliegue de la creatividad depende principalmente de las ganas de los sujetos. Las *ganas*, que podrían traducirse en intereses, motivaciones o deseos, son determinantes de los procesos creativos ya que condicionan y redefinen las demás variables subjetivas y contextuales. Por ejemplo, la escasa disponibilidad *objetiva* de tiempo es transformada, a partir de las ganas, en *hacerse tiempo*. Esta construcción particular del tiempo se sustenta en las motivaciones de los sujetos. Son las ganas de participar en determinadas actividades, las que hacen que las personas hagan *sacrificios*, renuncien a ciertos aspectos de su vida personal y familiar, y busquen apoyos extras que les permitan *hacerse tiempos y espacios* para dedicarse a las actividades que les interesan.

Planteos teóricos previos también han señalado que la motivación intrínseca (las ganas según los entrevistados) cumple un papel destacado en la creatividad (Sternberg, 2006; Runco,

2007; Kaufman, 2009). Amabile y su equipo de investigación han realizado numerosos estudios acerca de la incidencia de la motivación en la creatividad (Collin y Amabile, 1999; Ruscio, Whitney y Amabile, 1998; Amabile, 1996). Prabhu, Sutton y Sauser (2008) observaron que la motivación intrínseca es un factor mediador entre la apertura a la experiencia y la creatividad y entre esta última y autoeficacia. También hallaron evidencias acerca de la mediación de la motivación extrínseca en las relaciones entre creatividad y perseverancia.

Mientras que en los estudios iniciales se consideraba que la motivación intrínseca promovía la creatividad y la extrínseca la limitaba, investigaciones posteriores sostienen que las relaciones no son tan directas y que en ocasiones los motivadores externos también contribuyen en los procesos creativos (Collin y Amabile, 1999). A partir de la revisión de estudios previos, Kaufman (2009) concluye que hay situaciones en que las recompensas y los motivadores externos ayudan a la creatividad, sin embargo, la motivación intrínseca es el mejor camino para el desarrollo de procesos creativos.

Coincidiendo con los participantes del estudio y los investigadores citados, consideramos que la motivación intrínseca (*las ganas*) es uno de los condicionantes principales de la creatividad, es más, entendemos que es el motor de los procesos creativos. Es a partir de la motivación que los demás condicionantes se reconstruyen y resignifican, tiempos, contextos, interacciones, actividades, son *usadas* de maneras particulares en función de las *ganas* y los intereses de los sujetos. A la vez, los procesos de despliegue de la creatividad y las *sensaciones* que estos generan (placer, felicidad, *fluir*), retroalimentan las motivaciones y los deseos de seguir creando y participando en actividades artísticas, culturales y comunitarias.

Múltiples condicionantes determinan las posibilidades de desplegar la creatividad en contextos cotidianos. Factores subjetivos y contextuales se interrelacionan configurando un complejo entramado en el cual la creatividad puede emerger. La motivación y decisión de los sujetos parece central en la

apropiación de los contextos y en la puesta en marcha del proceso creativo. A partir de las manifestaciones de los participantes analizadas en esta parte del estudio hemos identificado condicionantes positivos y negativos de la creatividad en contextos cotidianos. El apoyo de familiares, amigos y colegas, el buen estado de ánimo, la disponibilidad de recursos materiales, los conocimientos y experiencias previas son algunos de los condicionantes positivos mencionados por las personas entrevistadas. Asimismo, la falta de recursos y apoyo, las críticas destructivas, la ausencia de experiencias y conocimientos, las emociones y los sentimientos negativos y la baja autoestima son condicionantes que influyen negativamente en las posibilidades de desarrollar la creatividad.

Condicionantes subjetivos y contextuales, positivos y negativos, interactúan de manera compleja en cada situación y proceso de despliegue de la creatividad. Los sujetos a partir de sus motivaciones y características personales redefinen y reconstruyen los condicionantes, generando alternativas, espacios, tiempos y oportunidades. Los sujetos aprovechan los condicionantes positivos e intentan revertir los negativos, en ocasiones *usan* las limitaciones y los obstáculos para generar nuevos objetos, contextos y posibilidades. Falta de recursos, espacios y tiempos son algunos de los condicionantes negativos que permanentemente revierten las personas comunes a partir de la *utilización* de apoyos sociales y contextos *alternativos*.

Los procesos de despliegue en la creatividad en contextos cotidianos suponen siempre esfuerzos de las personas comunes. Estos esfuerzos son sostenidos gracias a las motivaciones intrínsecas y a la permanente búsqueda de emociones y sensaciones placenteras como las que vivencian durante la creación. Nos hemos referidos a características y condicionantes generales de los procesos de despliegue de la creatividad de las personas comunes que participan regularmente en actividades de ocio. En la próxima parte definimos particularidades de grupo específicos que nos permiten aproximarnos a la creatividad en contextos cotidianos diversos.

Estudio 1

Parte 3: Particularidades de algunos *grupos*

Los de teatro, los alumnos universitarios, los jubilados, los que trabajan para los demás conforman grupos particulares dentro del conjunto de las personas que participan en actividades extras. Estos grupos tienen características que los definen y formas propias de desplegar la creatividad en contextos cotidianos. Nos parece interesante definir algunos de los rasgos que identifican a estos *grupos* y analizar diferencias y semejanzas en los modos de apropiarse y definir contextos y formas de interactuar en los mismos. En algunos casos las diferencias están dadas por los campos y las áreas en las que las personas se desempeñan, en otros, *las condiciones de vida*, la disponibilidad de *tiempo libre* y de oportunidades en los contextos, determinan formas particulares de desarrollar procesos creativos con minúsculas.

Excepto los de teatro, los demás *grupos* han sido definidos a partir de los análisis realizados. Es decir, hemos agrupado expresiones de personas que se desempeñan en contextos similares o que tienen características parecidas. Esto no implica necesariamente que las personas que conforman los grupos definidos interactúen, ni siquiera que se conozcan. La división en grupos ha sido realizada con fines estrictamente analíticos y con el propósito de resaltar algunas particularidades de estos colectivos.

Tal como hemos definido en párrafos anteriores, el tiempo y los contextos son categorías importantes en el análisis de los procesos creativos. Por ejemplo, a diferencia de lo que expresan la mayoría de los entrevistados jóvenes y adultos, *los jubilados* dicen disponer de tiempo y también tener la necesidad de *llenar* los tiempos libres. En los alumnos universitarios, la dimensión temporal también adquiere características particulares ya que el tiempo libre varía en función de las obligaciones académicas de cada etapa del año (cursado, exámenes finales, vacaciones). Los alumnos universitarios pueden administrar libremente los tiempos de estudio y de ocio, siendo esta una particularidad que los distingue de otras personas que deben cumplir con obligaciones laborales más reguladas (horarios de comercio, atención al público,

etc.). La disponibilidad de contextos y posibilidades de generarlos también es una categoría importante de análisis, *los de teatro* son un grupo que surge a partir de la iniciativa de uno de los integrantes, *los jubilados* son un colectivo que también busca espacios y formas de desarrollar sus potenciales creadores en actividades diversas.

Las motivaciones también definen a estos grupos particulares, en *los que trabajan por los demás* se conjugan motivaciones personales (autorrealización, necesidad de expresión, interés por los demás) y sociales (contribución al bienestar de comunidades particulares, construcción de sociedades mejores y mayores oportunidades para algunos sectores). En miembros de otros grupos también se conjugan motivaciones personales y sociales, expresarse a través del cuerpo, construir personajes y *transmitir mensajes* al público son intereses de los que participan en teatro. Ocupar el tiempo libre y sentirse productivos son motivaciones que orientan las prácticas de *los jubilados*, no obstante sus acciones también suelen dirigirse hacia la comunidad.

Los de teatro

Los de teatro son un grupo conformado por estudiantes de un Instituto de Formación Docente que participan regularmente de un taller de expresión y actuación. Incluimos a este grupo dentro de esta parte del análisis ya que disponemos de diversos datos para analizar no solo las manifestaciones de cada sujeto sino también el funcionamiento grupal. Contamos con documentos complementarios para profundizar los análisis y destacamos el hecho de que todos los integrantes del taller hayan participado de la presente investigación.

Considerando la importancia de la expresión corporal y de las prácticas artísticas en la formación docente, el taller de teatro se generó a partir de la iniciativa de un estudiante del instituto. El taller fue *creciendo*, generando productos (obras) que han sido presentadas en diversos contextos y obteniendo reconocimientos en certámenes nacionales. Observamos que el teatro ofrece múltiples oportunidades para el despliegue de la creatividad tanto

de los *actores* como de la audiencia. Los actores crean y recrean personajes, vestimentas, escenografías, *mundos* y formas de vincularse con el público. A partir de las interacciones y los intercambios, los actores se crean y recrean en cada obra, en cada escena, en cada taller.

El Teatro es una práctica colectiva que nos hace sentir maravillosamente vivos, esta es un definición que construimos los participantes del taller de teatro. Ese sentirnos vivos se produce por medio del encuentro con el otro. Es este encuentro con aquel distinto en donde podemos vivenciar la libertad, porque es otro distinto que no censura, que no prohíbe, que deja hacer, pensar, reír (...) es en medio de este solemne encuentro que surge el acto creativo, la construcción de otras realidades , de otros mundo, de otros nosotros (Lucas, 23 años).

Los *productos* del taller siempre son construcciones colectivas inacabadas en la que los sujetos, las historias y las interacciones se reconstruyen y recrean en la interacción entre los actores y el público. Las obras permanentemente interpelan a los observadores, cuestionan, muestran contracciones e invitan a la reflexión.

Sawyer (2006) también ha señalado que la audiencia y las interacciones que ésta establece con los actores determinan las presentaciones teatrales. Según el investigador, los actores son *alimentados* por las buenas audiencias que los interpelan a dar lo mejor de ellos mismos en cada obra. Además, las audiencias pueden condicionar las decisiones que los actores toman en determinados momentos de la obra. Aplausos, exclamaciones, silencios son indicadores que muchas veces provocan cambios en las presentaciones. Nemiro (1997) también señaló que el intercambio de energía entre los actores y la audiencia configuran de diversas maneras las presentaciones de las obras.

La incorporación de improvisaciones en la presentación de las obras, no es una cuestión individual de cada actor sino acciones que incluyen a todo el grupo. Por lo tanto, el conocimientos mutuo y la comunicación entre los miembros el grupo es indispensable para la generación de improvisaciones y el agregado

de elementos a las obras. La obra se va redefiniendo, tal como hemos podido observar en algunas presentaciones, los actores *utilizan* recursos emergentes imprevistos para incorporar componentes a la obra. La improvisación es indispensable en estos procesos de reconstrucción de las obras, en investigaciones previas se ha destacado la importancia de este *recurso* en el teatro y los procesos creativos (Lemons, 2005; Sawyer, 2000a, 2000b; Marinovic y Carbonell, 2000). Además, Sawyer (2006) estableció vinculaciones entre improvisación y *flow*, según el autor, los actores durante las presentaciones de sus obras y a partir de la realización de improvisaciones, experimentan sensaciones de fluir y *experiencias cumbres*.

Marinovic y Carbonell (2000) estudiaron las percepciones de un grupo de actores chilenos y observaron que los artistas frecuentemente experimentaban sentimientos de bienestar y satisfacción durante las producciones. Además, las investigadoras destacaron el papel de la motivación intrínseca como principal motor de la participación de los actores en actividades teatrales. A partir de la creación de otros personajes, las experiencias teatrales también contribuyen a la construcción de la identidad de las personas. Nemiro (1997) ha señalado que es crucial que los actores mantenga un balance entre las dos identidades, la propia y la del personales.

Felicidad, alegría, libertad, construcción, encuentro con otros son expresiones que se repiten entre los participantes del taller de teatro, sin embargo no son exclusivas de este grupo sino que son manifestaciones de todas personas que participan en actividades de ocio. Independientemente del tipo de actividad, el contexto y los grupos con los que se interactúan, las personas experimentan emociones, sentimientos y sensaciones que traducen en dichas expresiones. Las posibilidades de desplegar la creatividad a partir de la participación en actividades de ocio parecen vincularse con emociones y sentimientos *fuertes*, que generan bienestar en las personas y a la vez, *necesidades* de seguir participando, creando y encontrándose con ellos mismos y con los demás.

...me libera, me ayuda a superarme a mí misma, a superar mi timidez, en el teatro nací de nuevo (Yanina, 22 años).

El teatro me produce mucha alegría, me transmite pasión, me llena de emociones sin explicar (...) cuando hago teatro me siento otra persona, como que sufrí una especie de metamorfosis (Patricia, 35 años).

Las emociones y los sentimientos que *despiertan* las prácticas de ocio *motivan* a las personas comunes a seguir participando y creando oportunidades a partir de la resignificación de los obstáculos y la búsqueda de apoyo. Muchas veces obligaciones familiares y laborales hacen que las personas deban *crear* tiempos para participar en las actividades. Este *crear tiempos* implica esfuerzos y riesgos, sin embargo estas personas están dispuestas a afrontarlos. Sin embargo, no es sólo la búsqueda de emociones y sentimientos lo que motiva a las personas, intereses sociales y comunitarios también sostienen la participación a pesar de los obstáculos y las limitaciones.

Los protagonistas de este taller no nos quedamos con el disfrute estético que nos brinda esta práctica artística, sino que intentamos ir más allá buscando desde la ética construir un mundo distinto (Lucas, 23 años)

Intereses éticos, sociales y políticos también motivan a los actores a expresarse a través de producciones teatrales (Marinovic y Carbonell, 2000). Exponer discriminaciones, dominaciones, abusos, *antivalores*, son también motivos por los cuales los actores producen sus obras, generando además de productos estéticos, contribuciones sociales.

Ciertas especificidades definen al campo de la actuación teatral y las vinculaciones entre dicho campo y la creatividad. La improvisación es un *recurso* importante en el desarrollo de obras teatrales y también un componente de la creatividad en la actuación. El teatro también es una actividad que adquiere características particulares ya que generalmente implica procesos grupales de creación. En las producciones teatrales cada actor interactúa con el resto de los personajes generando productos que

siempre son construcciones colectivas que no pueden reducirse a los desempeños de cada sujeto. Además de las interacciones dentro del grupo de actores, se producen intercambios con la audiencia, lo cual complejiza y dinamiza aún más el proceso de creación.

La participación en actividades teatrales, al igual que las otras actividades analizadas, genera *beneficios subjetivos* y sociales. Construcción de *identidades*, expresión y comunicación, felicidad, placer, fluir son beneficios subjetivos que se conjugan con intereses sociales. Mostrar realidades complejas y *miserias* humanas, mostrar procesos de abuso, dominación y discriminación son algunas de las contribuciones que trascienden lo individual.

Los alumnos universitarios

Nos interesa referirnos a *los alumnos universitarios* ya que también conforman un grupo con características particulares y además, representan más de la mitad de la muestra de personas participantes en la investigación. Dentro del grupo observamos similitudes en cuanto a edades, obligaciones, *tiempos libres*, contextos extra-académicos de interacción y vinculaciones con grupos de pares. También son similares los argumentos que esgrimen los alumnos respecto por qué participan en actividades extras, intereses personales y académicos se conjugan en la elección de actividades de ocio en diversos contextos. Ampliar la formación académica y profesional es uno de los intereses principales que motivan a los estudiantes entrevistados a participar en actividades comunitarias, artísticas y culturales.

Doy apoyo escolar (...), un taller de dibujo (...) otra actividad a la cual me sume este año es ludotecas. Estos espacios me permiten construir conocimientos, herramientas que la universidad no puede dárme los (Damian, 24 años).

Participo en un centro comunitario y hago notas periodísticas para un diario, me agrada poder desarrollar todos los conocimientos que tengo y tener experiencia (Maximiliano, 23 años).

Participo en cuidando y atendiendo animales de la calle (...) es una muy buena posibilidad de aprender sobre mi carrera fuera del ámbito educativo (Paula, 22 años).

Voy al conservatorio, participo en una asociación de escritores, en el centro de estudiantes y en una revista (...) con solo estudiar en la universidad no me siento completa o satisfecha (...) la revista es una experiencia para el futuro laboral (Lucia, 19 años).

Al igual que en un estudio previo (Elisondo, 2008a), los alumnos universitarios entrevistados perciben en su formación académica formal dificultades en la articulación de teorías y prácticas. Los alumnos señalan que la formación universitaria es predominantemente teórica con escasas posibilidades de actuar en situaciones concretas y resolver problemas reales. Ante esta situación, los alumnos buscan contextos y oportunidades dentro y fuera de la universidad para desarrollar prácticas vinculadas a la formación académica y al futuro desempeño laboral.

Uno de los datos más importantes del estudio se vincula con la consideración de la complejidad y dinamismo de las relaciones entre sujetos y contextos en el proceso de despliegue de la creatividad. No todos los alumnos se vinculan de igual manera con los contextos educativos, los potencialmente más creativos demostraron una permanente apertura hacia las oportunidades que se ofrecen, las actividades y los recursos disponibles. Los alumnos entrevistados se caracterizaron, entre otras cuestiones, por su participación activa en diversas propuestas áulicas y extra-áulicas en el contexto universitario y fuera de él. Hemos planteado la idea general de que el proceso de despliegue de las potencialidades creativas depende de la construcción de contextos subjetivos particulares, es decir formas de percibir y actuar en los contextos que favorecen la creatividad. En la construcción de estos contextos subjetivos es determinante el papel de las personas, sus motivaciones e intereses, sin embargo esto no es suficiente si, realmente, no existen oportunidades

objetivas en los entornos donde el sujeto interactúa (Elisondo, Donolo y Rinaudo, 2009a).

Motivados por la necesidad de experiencias diversas, los alumnos manifiestan haber buscado espacios donde desarrollar prácticas concretas. Estas búsquedas implicaron procesos de acercamiento a distintos grupos dentro y fuera de la universidad. Informaciones disponibles, contactos con personas significativas, invitaciones de docentes y compañeros parecen ser relevantes durante el proceso de búsqueda de espacios alternativos y distintos. Varias de las actividades en las que participan los alumnos entrevistados se enmarcan en proyectos de investigación y/o extensión de la universidad. *Apoyo escolar, talleres artísticos y educativos, prácticas socio-comunitarias* son algunas de las acciones que realizan los estudiantes de dichos proyectos. Motivaciones personales y sociales se fusionan en las decisiones de participar en acciones de extensión. Los estudiantes entienden que participar en proyectos de extensión es una manera de vincularse con la sociedad y poner al servicio de ésta conocimientos y recursos disponibles en la universidad.

Realizo varias actividades, danzas clásicas, toco la guitarra en una iglesia, enseñé la Biblia, ayudo como voluntaria en un jardincito, estoy comenzando con un grupo de orientación vocacional en la iglesia (...) En todas participo porque me gustan, por decisión propia y para ayudar a otros, ser útil (Laura, 23 años).

Me hace crecer como persona trabajar con los sectores más excluidos de la sociedad, me siento muy realizado, muy completo como persona, siento que aporté mi pequeño grano de arena (Cristian, 24 años)

Tal como ya hemos señalado (Elisondo, 2008a) subrayamos la importancia de las actividades extra-académicas dentro de la universidad en tanto instancias propicias para adquirir conocimientos teóricos y prácticos, y establecer contactos con realidades concretas. Consideramos que la participación en estas actividades en el marco de equipos especializados genera en los alumnos oportunidades para una formación académica y profesional que integre teorías y prácticas, conceptos,

procedimientos y valores. La universidad debe propiciar la participación de estudiantes en actividades extra-académicas. Si bien sabemos que la sola existencia de oportunidades no garantiza el aprovechamiento de las mismas, entendemos que deben ofrecerse y promoverse mayores espacios de participación de los alumnos en las tareas específicas de la universidad. Asimismo, creemos que las actividades extras deben contribuir a la formación de los alumnos y a la vez, orientarse hacia el logro de metas sociales y comunitarias.

Observamos también en el grupo de los alumnos universitarios *manejos* particulares de los tiempos de estudio, de ocio y de participación en diversas actividades. Cierta flexibilidad caracteriza los *tiempos de estudio*, es decir los alumnos pueden decidir acerca de los momentos apropiados para dedicarse a la lectura y al estudio. Excepto en los horarios de cursado, que suelen ser rígidos y preestablecidos, las demás obligaciones académicas pueden ser realizadas en diferentes momentos. Esto establecería ciertas diferencias entre este grupo y otros, como por ejemplo, los trabajadores que deben cumplir horarios inamovibles. Esta flexibilidad permite a los alumnos entrevistados *manejar* los tiempos de manera particular a fin de poder participar en diversas actividades. *Usos estratégicos* de los tiempos y decisiones sobre los propios aprendizajes (*no asistir a los teóricos, cursar sólo lo necesario*), permite a los estudiantes desempeñarse en contextos heterogéneos y adquirir experiencias variadas.

Participo en una asociación comunitaria (...) realizo eventos para jóvenes y niños, música, coro, teatro, talleres, reuniones, deportes. (...) Me organizo estudiando en la semana y los fines de semana por la mañana, otras actividades de ocio las realizo cuando me sobra algún tiempo. Lo hago porque me gusta y es por lo que vivo, mi decisión en esta vida es servir a Dios con lo que sé hacer y ayudar a las personas (...) me siento bien y contenta haciéndolo, me sirve para despejarme (Laura, 23 años).

Además de Psicopedagogía, estudio en el Conservatorio (...) curso sólo lo necesario (Natalia, 22 años).

Trato de leer en los mínimos tiempo libres, cuando trabajo en la biblioteca también trato de estudiar, aprovecho las clases prácticas y no voy a los teorices, para no perder tanto tiempo (Erica, 24 años).

Me organizo según el horario de cursado, los lunes estudio hasta tarde, hasta el horario de árabe, cuando vuelvo sigo con los trabajos prácticos. El miércoles viajo a mi pueblo porque tengo guitarra y el jueves vuelvo porque tengo árabe (Cecilia, 25 años).

Tal como hemos señalado, tiempos y espacios son variables importantes a la hora de analizar los procesos de despliegue de la creatividad en actividades de ocio. Cierta flexibilidad en los tiempos académicos y contextos particulares configurados a partir de las experiencias, las informaciones disponibles y los contactos que se establecen dentro de la universidad, caracterizan a este grupo particular. Consideramos relevante para analizar los procesos creativos de los alumnos universitarios, tener en cuenta a la universidad como contexto general en el cual los estudiantes tienen múltiples oportunidades de acceder a conocimientos, experiencias y espacios heterogéneos de interacción (Elisondo, Donolo y Rinaudo, 2009a; Elisondo, Donolo y Rinaudo, 2009b)

Los jubilados

El grupo *los jubilados* está compuesto por personas mayores de 60 años que participan regularmente en actividades de ocio. Independientemente de la edad, la característica particular de este grupo es que son personas jubiladas o pensionadas que no deben realizar actividades laborales. A lo largo del estudio hemos observado cómo el tiempo (especialmente el uso del mismo) parece ser un factor determinante en los procesos creativos en contextos cotidianos. Mientras que en otros grupos aparece la expresión *no tener tiempo*, *los jubilados* expresan no tener problemas con los tiempos y además, administrarlos según sus propios intereses y necesidades.

Las personas mayores entrevistadas han destacado la relevancia de manejar los propios tiempos, condición que les

otorga libertad y posibilidades de realizar actividades que les interesan. Mientras que en otras etapas de la vida la falta de tiempo limitaba las posibilidades de realizar ciertas actividades de ocio, la vejez parece generar múltiples oportunidades y libertades de acción. Manejar los tiempos personales y utilizarlos para la realización de actividades de ocio les genera a las personas mayores sensaciones de control. Según Cohen (2006) las sensaciones de control están asociadas a la promoción de la salud durante la vejez. El investigador sostiene que la participación en programas artísticos y culturales ofrece a las personas mayores oportunidades para el desarrollo de la creatividad generándoles satisfacción y sensaciones de control y *poder* sobre sus propias vidas.

Voy a una escuela de arte, dibujo y pintura, no tengo ningún problema con el tiempo, me los mido yo y me los organizo (Elsa, 65 años).

Tengo una ONG en artes plásticas, es mi forma de expresarme, vivo del arte, es una necesidad (...) hago las cosas como yo quiero, como a mi me gusta... (Ana, 60 años).

Participo en actividades relacionadas con la literatura: talleres, publicaciones, jurado literario (...) el hecho de ser jubilada facilita esas ocupaciones que antes fueron mas difíciles de lograr (Lía, 63 años).

Escribo cuentos y poesías sin tiempos predeterminados, lo hago en mi casa o en el taller, como yo quiera... (Nancy, 63 años).

Cuando me jubilé empecé a hacer artesanías en diferentes materiales, iba a un centro que me capacitaban (...) también fui al PEAM (Mary, 73 años).

Voy a clases de tejido que da la vecinal (...) Muchas cosas no tengo para hacer (...) yo vivo sola así que tengo tiempo... aparte para entretenerme un poco voy, para salir (Estela, 73 años).

Entretenerse, considerarse útiles, mantenerse activos y sentirse vivos son necesidades que motivan a los miembros de este grupo a participar en diversas actividades de ocio. Participar y aprender parecen ser

actividades que permiten a los jubilados mantenerse activos y sentirse vivos. *Participar* en diversas actividades culturales y recreativas y *aprender* conocimientos y procedimientos necesarios para la apropiación de nuevos objetos culturales son acciones de *los jubilados* que se vinculan con la necesidad de sentirse vivos y la vez interactuar con los demás. *Computadoras, Internet, mails* no son palabras extrañas para los jubilados que hemos entrevistado, varios de ellos utilizan cotidianamente estos medios de comunicación e información. *Mantenerse informados* también es una de las prioridades de este grupo que busca diferentes medios para lograr informaciones actualizadas de diversos campos y entornos.

Me gusta mirar televisión para informarme, leer revistas y libro (...) utilizo mucho Internet (Elsa, 62 años).

La actividad que más disfruto es la de leer, porque busco enriquecer mis conocimientos y porque para poder ayudar debo estar informado (Raúl, 72 años).

La participación en actividades de ocio también ofrece a las personas mayores posibilidades de interacciones sociales. En algunos casos, las interacciones sociales parecen ser el motivo principal de la participación, estando el aprendizaje de conocimientos y destrezas específicas de los campos (artes, artesanías, etc.) relegadas a segundo plano. Estudios previos han demostrado que las interacciones sociales en la vejez tienen una influencia positiva en la salud en general y en la reducción de la mortalidad (Cohen, 2006; Glass, León y Marottoli, 1999). Según Cohen (2006) la participación de los adultos mayores en grupos artísticos, culturales y recreativos propicia el compromiso social y el bienestar general de los sujetos.

Hago teatro en lugares públicos, me siento acompañada por las personas que forman el grupo (Gloria, 85 años).

Pasamos lindos momentos con las otras mujeres que van a la vecinal... y aprendemos algo nuevo también (Inés, 69 años).

Mantearse activos, tener control sobre las propias acciones, interactuar con otras personas también parece contribuir en la

salud cognitiva de las personas mayores. Usar las neuronas, generar sinapsis y favorecer la plasticidad cerebral también son acciones cognitivas que se favorecen a partir del desarrollo de actividades artísticas y de ocio en la vejez (Cohen, 2006).

En este momento estoy participando en 8 talleres, los días lunes hago folclore, los miércoles computación y folclore, los jueves cerámica artística y escultura, folclore también, los viernes dos coros de instituciones diferentes (...) estoy viviendo para mí estoy tratando de hacer lo que me gusta (...) participo para mantenerme activa, las neuronas que no se me duerman y para estar más o menos relacionada con las diferentes edades de la gente (María, 61 años)

La aparición de limitaciones físicas suele ser una característica de la vejez que impone obstáculos en los desempeños de la vida cotidiana. Sin embargo, observamos en los entrevistados capacidades de afrontar las limitaciones físicas y generar alternativas para poder continuar desempeñándose en las actividades de ocio que les interesan.

No puedo hacer otras cosas, soy una señora grande y no tengo la misma movilidad que cuando era joven, pero me las arreglo... (Nora, 78 años).

Me quebré la muñeca y he perdido flexibilidad en la mano, pero sigo haciendo las artesanías (Mary, 73 años).

A partir de las entrevistas, observamos en que el grupo de *los jubilados* está conformado por personas abiertas a experiencias diversas, con necesidades de participar y aprender nuevos conocimientos y destrezas como un medio para *sentirse vivos, activos y vinculados a otras personas*. Múltiples *beneficios* generan en las personas mayores la participación en actividades artísticas, culturales y recreativas. Posibilidades de interacciones sociales con grupos de pares, sensaciones de control y manejo de los propios tiempos y de las actividades personales y oportunidades para el desarrollo de la creatividad son algunas de las *ventajas* de participar en actividades de ocio y a la vez, factores promotores de la salud y la calidad de vida.

Resultados similares hallaron Fisher y Specht (1999) quienes investigaron las percepciones sobre envejecimiento y creatividad de un grupo de adultos mayores que se dedicaban a las artes plásticas. Los investigadores observaron que las actividades creativas contribuyen al envejecimiento creativo en tanto fomentan la motivación, el sentido de competencia, el crecimiento y la aceptación personal, la autonomía, el intercambio con otras personas y las habilidades para la resolución de problemas. Según Levy y Langer (1999), la creatividad incide positivamente en la salud de los mayores y promueve la longevidad.

Subrayamos la importancia de la participación de los adultos mayores en actividades artísticas, educativas, culturales y comunitarias. *Beneficios* físicos, emocionales, sociales y cognitivos están asociados a la realización de dichas actividades, tal como lo han expresado los participantes de nuestro estudio y se ha comprobado en otras investigaciones empíricas. En la Parte 2 del presente estudio, señalamos que la disponibilidad de espacios y las capacidades de generarlos se vinculan positivamente con los procesos de desarrollo de la creatividad. Espacios como los Programas Educativos de Adultos Mayores que ofrecen varias de las universidades nacionales representan oportunidades valiosas y diversas de desarrollo de la creatividad para las personas mayores. Además, las actividades dentro de estos programas no solo suponen *beneficios* para los participantes, contribuciones sociales a través de diversas gestiones y acciones dirigidas a la comunidad también se encuentran entre los *resultados* de los programas.

Desde las múltiples propuestas generadas (ligadas a sus intereses específicos) y puestas en acción, los participantes confrontan en forma permanente con la idea estereotipada de actitudes pasivo dependientes hacia esta realidad de protagonismo y compromiso social. (...) En este desentrañar nuevos roles también surge un importante número de acciones vinculadas a los procesos creativos. Hechos culturales, artísticos y educativos son gestados y llevados a cabo por estos grupos que redescubren capacidades potenciales desde la mirada particular y única que brinda el camino recorrido

(...) Se rescatan así, los aspectos más saludables de cada participante y colectivo de trabajo, elaborando propuestas superadoras que implican el crecimiento del grupo y del entorno social en el que se manifiestan (Schlossberg y Alcoba, 2002).

Destacamos el valor de estos espacios y de todos aquellos que contribuyan al bienestar de las personas, que favorezcan las interacciones sociales y que promuevan el desarrollo de la creatividad a partir acciones en diferentes campos, contextos y situaciones. Tal como ya hemos mencionado, consideramos que deben generarse, *hacerse visibles y usables* mayor cantidad de contextos y oportunidades propicias para el desarrollo de la creatividad de la gente común.

Los que trabajan con y para los demás

Conforman este grupo personas que participan en actividades de ocio orientadas hacia el bienestar común. En estas actividades se articulan motivaciones y deseos personales (autorrealización, crecimiento personal, fluir) e intereses sociales (contribuir a la mejora de las condiciones de vida de algunos sectores, trabajar por causas ecológicas y de preservación del medio ambiente, entre otras). Se trata de actividades de ocio en tanto son acciones libremente elegidas por los sujetos que les generan placer y felicidad. Sin embargo, la relevancia de estas actividades no se limita a sensaciones y emociones personales de quienes participan sino que además, se realizan *contribuciones* sociales y comunitarias. *Los que trabajan con y para los demás* son un grupo de personas que deciden dedicar *sus tiempos* a causas comunitarias de diversa índole. Tal como los propios entrevistados lo reconocen, los *resultados* de la participación en actividades comunitarias son tanto personales como sociales. Satisfacción, crecimiento personal y felicidad se mezclan con efectos sociales vinculados a la prevención, la educación y la mejora de la calidad de vida de algunos sectores y la conservación del medio ambiente.

Participo en una fundación para la sanidad animal, desde hace 36 años en el gremialismo rural, en la cooperadora policial... lo hago por vocación de servicio, me siento satisfecho. Me siento orgulloso de haber podido ayudar a resolver problemas a las familias de mi comunidad, ayudar al bien común (Raúl, 72 años).

Doy clases de apoyo en un barrio (...) los chicos me parece lo mejor que hay para conectarse con uno mismo y tener siempre los pies en la tierra sin perder la capacidad de soñar (...) siento que estoy devolviendo algo a la sociedad (Juan, 29 años).

Trabajo en apoyo escolar, lo mejor es el contacto con los chicos, te llenan, además me siento útil (Ana, 25 años).

Participo desde que tenía 35 años en política y comedores comunitarios (Velia, 76 años).

Trabajo en una granja con chicos de la calle y también con chicos discapacitados (...) pienso que es una vocación, no podría ser otra cosa, es amor al prójimo... (Mónica, 56 años).

Me agrada el hecho de aprender del otro, con los otros, lo nuevo, lo distinto, el desafío, el poder ayudar un poco y ver una sonrisa en el otro (Florencia, 20 años).

Diversos problemas son objeto de intervención del grupo de los que trabajan con y para los demás. Promoción de la salud y la educación en sectores desfavorecidos, conservación del medio ambiente, cuidado y atención de animales abandonados, mejora de la calidad de vida de las comunidades son algunos de los objetivos que orientan las prácticas comunitarias del grupo que analizamos en este apartado.

Las acciones de este grupo pueden enmarcarse en los planteos actuales referidos a la creatividad social (Llobet, 2006; Zaldúa, Sopransi, Estrada y Veloso, 2008). Desde esta perspectiva, se entiende a la creatividad como una oportunidad de transformación y re-significación de los contextos que surge a partir de las interacciones entre sujetos, grupos y redes. La

creatividad social es la capacidad de los sujetos y los grupos de crear contextos sociales y territoriales nuevos. Esta capacidad supone la apropiación de la creatividad para la construcción de procesos transformadores, instituyentes, emergentes e innovadores.

Los planteos referidos a la creatividad social están vinculados a los estudios de movimientos sociales y prácticas locales de participación comunitaria. Tal como ya lo hemos señalado, en nuestro país *gracias* a la crisis de inicios de siglo, se han generado múltiples espacios y movimientos de participación social. Según Zaldúa, Sopransi, Estrada y Veloso (2008) niveles de participación en movimientos autónomos fueron novedosos, tanto por la cantidad de personas que los integraban como por la creatividad social que se desplegó desde esos espacios para paliar la crisis. Desde esos espacios se generaron otros modos de prácticas sociales, guiadas por la solidaridad, la autonomía, la equidad, la horizontalidad y la participación.

... la imaginación social implica la potencialidad de proyectar alternativas al orden instituido, la creatividad social está referida a la expresión de la relación resultante entre la imaginación social y sus constricciones. Tanto la imaginación como la creatividad sociales son parte del proceso dialéctico del pensar-hacer (constitutivo de la praxis) a través del cual es posible generar cambios. La negación a pensar las acciones colectivas como respuestas cerradas, técnicas o métodos, conjuga la multidimensionalidad, las contradicciones y la incertidumbre que la realidad presenta, generando el espacio y el tiempo para el despliegue de la creatividad social con un sentido de autonomía (Zaldúa, Sopransi, Estrada y Veloso, 2008: 10).

El grupo de personas que trabajan por los demás despliegan procesos creativos de características particulares por las finalidades que se persiguen y los modos de trabajos colectivos. Retomamos los planteos referidos a la creatividad social que nos parecen apropiados para comprender estos procesos particulares que

siempre implican a otros para la generación de alternativas, posibilidades, tiempos y espacios. El trabajo con y para los demás no solo genera *beneficios sociales*, los sujetos particulares se *enriquecen* con estas prácticas de creatividad social. El desarrollo de la creatividad social parece ser un factor determinante en la construcción de la subjetividad, la autonomía y las relaciones sociales.

Avanzar en los estudios y en la promoción de la creatividad social es un desafío importante tanto para el campo de investigación como para el de las políticas sociales. Buscar articulaciones entre perspectivas psicológicas *tradicionales* en el campo de la creatividad y posturas sociológicas y culturales es necesario para construir simbolizaciones superadoras sobre la creatividad social y su accionar en los diferentes contextos.

En la Parte 3 hemos ampliado algunas consideraciones desarrolladas en los apartados anteriores. Definimos y analizamos particularidades de algunos grupos que participan en actividades estructuradas de ocio. Los procesos de despliegue de la creatividad con minúsculas adquieren rasgos particulares en función de las características de los sujetos, sus motivaciones y los campos y contextos en los que se desempeñan. El tiempo es uno de los condicionantes principales de los procesos creativos. No nos referimos al tiempo real, objetivo, sino al tiempo percibido, construido y usado por los sujetos para el desarrollo de actividades de ocio. En la Parte 3 también hemos remarcado las construcciones de espacios y contextos que realizan los grupos para poder desarrollar las actividades que les interesan.

A pesar de las diferencias según actividades, modalidades, propósitos y campos, la vivencia de experiencias de placer y fluir a partir de la participación en actividades de ocio aparece como una constante en los grupos. Este es el dato que nos interesa recalcar de nuestra investigación, la creatividad aparece unida a experiencias de placer, bienestar y felicidad. Considerar este resultado en las investigaciones y en las políticas sociales es indispensable para generar espacios en donde las personas

comunes puedan desarrollarse y construir experiencias gratificantes.

Contribuciones del Estudio 1

Hemos presentado un estudio que parece ser varios estudios a la vez. Decidimos mostrarlos de manera integrada ya que consideramos que las tres partes tienen un propósito en común: analizar la creatividad de las personas comunes en contextos cotidianos. Recurrimos a diferentes grupos, instrumentos, metodologías y perspectivas de análisis orientados por este propósito general. Asimismo, múltiples objetivos se desprenden de este propósito general, objetivos que han encaminado cada una de las partes presentadas. Consideramos que esta es una fortaleza del estudio presentado, hemos intentado articular diversas perspectivas actuales del campo de investigación de la creatividad. Los instrumentos utilizados y los análisis efectuados reflejan esta diversidad de perspectivas que en algunos casos han excedido los límites del campo actual de estudio de los procesos creativos. Intentamos articular perspectivas centradas en los sujetos (psicométricas y experimentales) con enfoques sociológicos y culturales que atienen a variables contextuales condicionantes de la creatividad. Asimismo, recuperamos planteos de corrientes humanistas y destacamos el valor de la creatividad como oportunidad para la felicidad, el placer y el bienestar.

En la primera parte integramos diversas formas de evaluar la creatividad, atendiendo tanto a capacidades como a logros creativos. Si bien se trata solo de algunos indicadores, creemos que las relaciones encontradas entre las mediciones efectuadas son significativas en tanto nos demuestran ciertas vinculaciones a pesar de ser instrumentos que se sustentan en enfoques distintos y miden distintas *facetas* de la creatividad. También se lograron avances en las técnicas utilizadas, los resultados que obtuvimos en el CREA se corresponden con estudios que hemos realizado con anterioridad. En la tarea creativa se propuso una nueva modalidad de evaluación que incorpora la valoración de jueces inexpertos con diferentes niveles de capacidades creativas. Tal vez, el análisis de

las características de los jueces sea una temática relevante para nuevas investigaciones que incorporen la Técnica de la Evaluación Consensual de la creatividad. Asimismo, la incorporación de otros instrumentos y tareas creativas y el análisis de la incidencia de otras variables mediadoras como la apertura a la experiencia, son, desde nuestro punto de vista, líneas de investigación interesantes para futuros estudios. La selección de grupos más heterogéneos, el estudio de variables socio-económicas y consideración de contextos laborales y académicos en el despliegue de la creatividad también son cuestiones a tener en cuenta en próximas investigaciones.

También subrayamos la relevancia de estudiar la creatividad en contextos cotidianos, específicamente en actividades de ocio. En las tres partes del estudio hemos observado que estas actividades se vinculan con la creatividad de la gente común, constituyéndose en oportunidades para desplegar las potencialidades creadoras y generar productos creativos. Asimismo, las actividades de ocio y las posibilidades que estas ofrecen para el desarrollo de la creatividad generan en las personas emociones positivas, estados de bienestar y felicidad y oportunidades de realización personal. Desde distintas aristas y perspectivas de análisis hemos observado estas relaciones entre creatividad y actividades de ocio, tanto las pruebas estandarizadas como las manifestaciones recogidas de las entrevistas nos han indicado relaciones entre estas *variables*. El uso y aprovechamiento del *tiempo libre* para la realización de actividades artísticas, culturales y sociales que suponen una participación activa de las personas parece determinante en el despliegue de la creatividad en contextos cotidianos.

Asimismo, hemos identificado algunos condicionantes subjetivos y contextuales que inciden en los procesos de despliegue de la creatividad. Características de personalidad, autoestima, formación y conocimientos previos, habilidades y destrezas, inconformismo, motivación son algunos de los condicionantes subjetivos señalados por los participantes. Dentro de los condicionantes contextuales ubicamos aquellos factores vinculados con el accionar de otras personas y grupos, la

disponibilidad de recursos materiales y las oportunidades que ofrecen los diversos contextos y organizaciones. Observamos distintos *niveles* de condicionantes contextuales, desde la incidencia del grupo familiar hasta las oportunidades disponibles en la comunidad. La motivación intrínseca parece ser el motor principal de todo el proceso. En los procesos de despliegue de la creatividad, el tiempo, el apoyo de los demás, los recursos, los contextos parecen construirse y reconstruirse a partir de las motivaciones de los sujetos y los *pactos* (Gardner, 1993) establecidos con la creatividad y con las actividades que les interesan. En algunos casos, las personas deben realizar sacrificios y renunciaciones a fin de sostener las actividades y los procesos de desarrollo de la creatividad. Los entrevistados han demostrado una constante apertura hacia experiencias diversas y contextos heterogéneos. En los análisis, retomamos algunas investigaciones previas en las que se señala a la apertura a la experiencia como el principal rasgo de personalidad asociado a la creatividad.

Tiempos, espacios, interacciones, motivaciones, experiencias, pactos, sacrificios, rasgos de personalidad son algunas de las *variables* que hemos identificado como determinantes de los procesos creativos con minúsculas. No obstante, estas variables no actúan de manera aislada ni estable sino que se reconstruyen y articulan de forma compleja y dinámica en función de los sujetos, los contextos y las situaciones particulares.

A partir de los datos analizados también demostramos que la participación en actividades extras supone beneficios y contribuciones para los sujetos y la sociedad. Observamos que participar en actividades extras no solo es un medio para desplegar la creatividad sino que también constituye una alternativa para la promoción de la salud y el bienestar de las personas comunes. Asimismo, muchas de las actividades analizadas suponen acciones orientadas hacia el bienestar común, la educación, la prevención y promoción de la salud y la preservación del medio ambiente. En gran parte de las actividades se conjugan, también de manera compleja, *beneficios* personales y sociales.

Destacamos la relevancia de estudiar y promover la creatividad en contextos cotidianos, ofrecer entornos y oportunidades a las personas comunes para el desarrollo de sus potenciales parece ser una alternativa para la promoción de la calidad de vida y la salud. Consideramos que los contextos cotidianos de interacción comunitaria deben ser ricos, diversos, estimulantes y *abiertos*. Además de las oportunidades han de propiciarse acciones de información y apropiación por parte de los sujetos de los contextos y las posibilidades que éstos ofrecen.

Entendemos que analizar la participación de las personas en actividades extras de tiempo libre y su incidencia en el desarrollo de procesos creativos es una de las maneras más propicias de estudiar la creatividad con minúsculas. Estudiar las acciones de las personas en los contextos cotidianos de ocio y tiempo libre parece ser un factor de tener en cuenta a la hora de evaluación la creatividad con minúscula. Tal vez, identificar desempeños en contextos diversos sea una forma de comprender y evaluar la creatividad de las personas comunes. Incluir en los instrumentos y técnicas de medición de la creatividad ítems referidos a la vida cotidiana de las personas podría ser un recurso válido para construir evaluaciones multidimensionales de los procesos creativos de la gente común. Del mismo modo, creemos necesario recuperar la palabra de las personas comunes en los estudios de la creatividad con minúsculas, analizar percepciones, representaciones y teorías implícitas y su incidencia en los procesos creativos.

SECCIÓN EMPÍRICA

Estudio 2: Creatividad con mayúsculas

Presentación y consideraciones metodológicas

Analizar los procesos creativos desarrollados por personalidades argentinas destacadas en diferentes campos y ámbitos es el objetivo principal del presente estudio. Nos interesa investigar estos procesos a partir de análisis biográficos de los hechos y las circunstancias más significativas en las vidas de las personas seleccionadas para este estudio. Asimismo, nos proponemos indagar las relaciones que estas personas establecen con los contextos en los que se desarrollan, atendiendo a características de los mismos que promueven u obstaculizan el despliegue de la creatividad. La consideración de la creatividad con mayúsculas y la combinación de metodologías biográficas de estudio de los procesos creativos son los supuestos básicos que orientan la investigación. Además, nos interesa integrar a los estudios biográficos, análisis contextuales, que se centren en la relevancia de los distintos entornos y su incidencia en los procesos creativos desarrollados por las personalidades de la muestra.

En el presente estudio analizamos procesos vinculados a lo que hemos definido como *creatividad con mayúsculas*, es decir incorporamos dentro del grupo a investigar personas que partir de sus trabajos han modificado y en algunos casos, *revolucionado* campos y ámbitos. Las personas seleccionadas para el estudio han generando productos creativos y obtenido por ello el reconocimiento de expertos y de la sociedad en general.

En el campo de investigación de la creatividad, el enfoque biográfico incluye diversas formas de analizar la vida de los creativos y los productos que ellos generan. Gardner (1993) analiza la vida de siete creativos de la era moderna, estableciendo semejanzas y diferencias, buscando temas emergentes y procesos en común. En cambio, los estudios que se centran en la perspectiva desarrollada por Gruber, recurren a casos únicos que

se analizan a partir de la integración de factores subjetivos y contextuales (Gruber y Wallace, 1999; Gruber y Bödeker, 2005). Csikszentmihalyi (1996) estudió, por medio de entrevistas a un grupo amplio y diverso de creativos contemporáneos, los factores condicionantes de la creatividad integrando perspectivas biográficas y contextuales.

En suma, dentro de los estudios biográficos encontramos diversidad de formas de llevarlos a cabo que dependen básicamente del tamaño de muestra (casos únicos, muestras pequeñas o grupos amplios), de la época en la que vivieron los creativos (era moderna o contemporáneos), de los instrumentos utilizados (biografías y autobiografías, análisis de documentos o entrevistas) y de la combinación con otros enfoques (biográficos exclusivos o biográficos combinados con contextuales). Nuestro estudio pretende analizar las vidas de un grupo de creativos argentinos procurando conocer factores subjetivos y contextuales condicionantes de la creatividad. Se trata de un estudio biográfico que se centra no sólo en la investigación de las vidas de los creativos sino que enfatiza la importancia del análisis de la incidencia de los contextos en el desarrollo de la creatividad.

Entendemos que considerar los contextos y conocer características de los mismos que pueden favorecer la creatividad, constituye un aporte relevante no solo al campo de investigación de los procesos creativos sino para la construcción y generación de espacios ricos, estimulantes y diversos donde los pensamientos y las producciones divergentes sean promovidos. Asimismo, tal como lo planteó Csikszentmihalyi (1996), conocer sobre la vida de los creativos puede contribuir en la potenciación de la creatividad de las personas comunes, a partir de la identificación de características personales y formas de vincularse con los entornos que favorecen el despliegue de las capacidades creadoras.

A continuación presentamos el grupo de estudio y los criterios de selección establecidos, luego nos referimos a los instrumentos y las fuentes de información utilizadas. Por último, exponemos los análisis y las interpretaciones realizadas considerando tres ejes, la vida de los creativos (Parte 1: *Vivir*), los

procesos específicos de creación (Parte 2: *Crear*) y los aportes que han realizado (Parte 3: *Vivir, crear y dejar herencias*).

Grupo de estudio

El criterio básico para la selección de este grupo está dado por el reconocimiento social de las obras. Se consideran premios y distinciones nacionales e internacionales como indicadores de este reconocimiento. Se han tenido en cuenta a distinguidos con los premios Nobel, Cervantes, Konex, Honoris Causa de universidades nacionales y extranjeras, entre otros. Contamos con el asesoramiento de especialistas (profesores, científicos y artistas) de los diversos campos quienes colaboraron en la selección de la muestra. También se evaluó la disponibilidad de datos y fuentes de información respecto de las vidas de los creativos. Se seleccionaron creativos sobre los cuales hay disponibles biografías, entrevistas y documentos que nos informan acerca de la vida, las obras y los contextos en los que se desempeñaron. A fin de poder establecer algunas comparaciones y relaciones entre las personas seleccionadas tuvimos en cuenta el momento histórico en el que éstas desplegaron sus procesos creativos. La mayoría de los creativos, nacidos en las primeras décadas del siglo veinte, desarrollaron sus obras y producciones más destacadas en las décadas del cuarenta, cincuenta y sesenta.

Los siguientes creativos conforman el grupo de estudio de la presente investigación: Atahualpa Yupanqui, Roberto Arlt, Antonio Berni, Adolfo Bioy Casares, Julio Bocca, Jorge Luis Borges, Julio Cortázar, Enrique Santos Discépolo, Bernardo Houssay, René Favaloro, Roberto Fontanarrosa, Joaquín Salvador Lavado (Quino), Luis Federico Leloir; César Milstein, Victoria Ocampo, Astor Piazzolla, Benito Quinquela Martín, Ernesto Sábato, Alfonsina Storni, Leopoldo Torre Nilsson, Marina Esther Traverso (Niní Marshall), María Elena Walsh. Diversidad de campos (ciencia, literatura, artes plásticas, danzas, humor, música y cine) han sido considerados para la selección del grupo de estudio.

Las personas seleccionadas cumplen con los criterios establecidos y han realizado importantes contribuciones a los campos, a los ámbitos y a la sociedad en general. Sus obras, productos e ideas han generado nuevas formas y estilos dentro de los campos, en muchos casos *revolucionándolos* y abriendo nuevos espacios para las futuras generaciones. Asimismo, los creativos seleccionados cumplen los criterios más importantes definidos por Gruber y Wallace (1999): propósito, duración y dificultad. Es decir, el trabajo y los logros de los creativos dependen de propósitos e intencionalidades claramente establecidos, tienen continuidad en el tiempo y a la vez, suponen ciertas dificultades y desafíos para los creadores.

Tal vez, otros creativos podrían haber sido incluidos en este estudio como así también considerarse otros campos de conocimiento. Pretendemos con la presente investigación sentar las bases de futuros estudios, quizás más amplios, que incorporen otros creativos y campos, o más específicos, que analicen más detalladamente las obras de cada creativo.

Instrumentos y fuentes de información

Realizamos el estudio a partir del análisis de diversos instrumentos: entrevistas, biografías, autobiografías y documentos (producciones, obras, discursos, cartas, etc.). Recurrimos a variadas fuentes de información disponibles en diferentes formatos: páginas webs oficiales de los creativos y de fundaciones u organismos vinculados a los mismos, entrevistas transcritas y filmadas (de acceso libre en la red), textos digitales y en formato papel, documentales televisivos, etc.

Varias de las biografías analizadas forman parte de la *Colección Protagonistas de la Cultura Argentina*, realizada por la Editorial del Diario La Nación en el año 2006. En esta colección se presentan biografías de personalidades destacadas en el campo de las letras, las artes, la ciencia, el deporte, el cine y la televisión. Las biografías han sido elaboradas a partir del análisis de estudios previos, la recopilación de datos periodísticos y de fuentes oficiales.

Profesionales especializados y biógrafos reconocidos han participado en la realización de cada una de las presentaciones.

Programas televisivos también han sido objeto de análisis para la elaboración del Estudio 2. Tres programas del ciclo A Fondo de Televisión Española han sido considerados: Entrevista a Jorge Luís Borges (1976), Entrevista a Atahualpa Yupanqui, (1977), Entrevista a Julio Cortázar (1977). También analizamos dos documentales del Canal Encuentro del ciclo 10 minutos de historia: El camino de Leloir y La voluntad de Houssay. Asimismo, utilizamos como fuente de información un Especial de Telenoche de Canal 13 denominado Bioy. Una Historia Prodigiosa (2009).

Trabajamos con diversas fuentes de información, comparamos los datos y analizamos la consistencia de los mismos. En muchos casos, recurrimos a las fuentes originales (entrevistas, documentos y escritos de los creadores) a partir de las cuales de tomaron los datos para realizar las biografías. Intentamos recuperar la palabra de los creativos a fin de construir análisis que atiendan a criterios de validez.

Análisis e interpretación de datos

Analizamos los procesos creativos a partir de estudios biográficos de los hechos y las circunstancias más significativas en las vidas de las personas seleccionadas. Identificamos factores condicionantes de los procesos creativos como así también semejanzas y diferencias entre los sujetos de la muestra. Integramos diversas perspectivas de análisis del campo de investigación biográfica de la creatividad. Analizamos cada uno de los casos considerando interrelaciones entre factores subjetivos y contextuales (Gruber y Wallace, 1999; Gruber y Bödeker, 2005), comparamos los procesos desarrollados por los creativos de la muestra y buscamos temas emergentes comunes (Gardner, 1993) y estudiamos las interrelaciones entre personas, campos y ámbitos tal como lo propone Csikszentmihalyi (1996, 1999).

En la Parte 1 nos referimos a las distintas etapas de la vida de los creativos. Luego, en la segunda parte nos centramos en los

procesos creativos, las obras desarrolladas por cada una de las personas, las revoluciones que generaron, los obstáculos que debieron sortear, las oportunidades que supieron aprovechar, las influencias que determinaron sus producciones, entre otras cuestiones. En la Parte 3 señalamos aportes significativos del accionar de los creativos tanto para los campos y ámbitos específicos como para la sociedad en general.

Identificamos hechos, procesos y circunstancias significativas en la vida de los creativos e intentamos vincularlos con los procesos de despliegue de la creatividad señalando condicionantes subjetivos, familiares, sociales, contextuales, económicos, etc. Construimos categorías de análisis a partir estudios previos y datos emergentes de la investigación, interpretamos hechos, procesos y condicionantes, y creamos teorías acerca de la Creatividad con mayúsculas considerando diferentes sujetos, contextos, campos y ámbitos.

Estudio 2

Parte 1: *Vivir*

Infancia: la creatividad comienza a desplegarse

A continuación nos referimos a hechos significativos en la infancia de los creativos. Observamos algunas semejanzas entre las historias de vida de algunos de ellos, planteamos hipótesis acerca de la posible incidencia de estos hechos en el proceso de despliegue de las potencialidades creadoras. Hechos y circunstancias personales, familiares y escolares serán considerados en esta etapa que comprende, aproximadamente desde el nacimiento hasta los doce años.

Orígenes: barcos provenientes del mundo

La mayoría de los creativos han nacido en el período comprendido entre la última década siglo XIX y las dos primeras décadas del XX. Entender el contexto histórico de esta época supone remontarnos al período de la *Organización Nacional* en el cual se sucedieron los gobiernos de Mitre (1862-68), Sarmiento (1868-1874) y Avellaneda (1874-1880), quienes promovieron la organización institucional del país fomentando la educación, la agricultura, las comunicaciones, la inmigración y la incorporación de la Argentina al mercado mundial como proveedora de materias primas.

La inmigración es un fenómeno que atraviesa los orígenes de los creativos seleccionados ya que casi todo ellos, como dice Cortázar, son cócteles humanos, fusiones entre distintas razas. Asimismo, algunos creativos *argentinos* han nacido en el extranjero como por ejemplo Storni, Cortázar y Leloir, sus nacimientos se producen en medio de viajes a Europa de los padres. En otros casos, los padres de los creativos son quienes nacieron en el exterior, como los progenitores de Houssay, Arlt, Discépolo.

A continuación se presentan expresiones y segmentos de documentos analizados que dan cuenta de las categorías de análisis y las interpretaciones realizadas. Se trata de fragmentos textuales de diversos documentos y recursos, que en algunos casos recogen la *palabra de los creativos* (la cursiva indica que se trata de palabras textuales de los creativos).

Muchos argentinos coincidiríamos bastante (...) la Argentina es un país de inmigración, produce cócteles humanos... mezcla de razas... (Cortázar, 1977. Entrevista programa A Fondo).

Los creativos desde muy pequeños se ven influenciados por culturas y costumbres *extranjeras* de padres y abuelos. Los creativos crecen en contextos familiares en los que se hablan distintos *idiomas*, se escuchan diversas músicas y se recuerdan imágenes de tierras remotas. Las *culturas europeas* que predominan en algunas casas (bajo la influencia de institutrices extranjeras) se fusionan con la *cultura argentina* de las calles y la *cultura oficial* de las escuelas.

Tal vez, esta *diversidad cultural* que caracteriza la infancia de los creativos haya contribuido en los procesos de despliegue de la creatividad. Al menos, estos contextos parecen haberles ofrecido *materia prima* (ideas, imágenes, recuerdos, lenguajes, músicas) para sus futuras obras creativas. Sin embargo, esta diversidad también les crea obstáculos, dilemas y disyuntivas que los irán resolviendo a lo largo de su vida y que imprimirán un sello particular en sus obras futuras.

La abuela Fanny le enseñó a leer en inglés, mientras la madre lo iniciaba en las primeras letras en español (Borges. Colección, 2006: 21). Sin duda la presencia de esas dos vertientes, y el debate no del todo resuelto dieron una escritura brillante (Borges. En Colección, 2006: 36).

El mayor de sus obstáculos era la lengua. Victoria escribía en francés, idioma de su infancia y adolescencia, y le era muy difícil intentar escribir en español. Los pensamientos y sentimientos brotaban fluidamente en francés (...) Debió entonces aprender a traducir su obra (Ocampo. Colección, 2006: 42).

Así crece “Hectitor”, tironeado por dos poderosas sogas. Hacia un lado lo empujaba la cultura escolar. (...) Hacia el otro lo empujaba el criollismo, las costumbres gauchas, la naturaleza, los potros, el mate. (...) Gaucho lector de Cervantes y Nietzsche, Atahualpa supo convertir las contradicciones en unidades (Yupanqui. En Colección, 2006: 20-21).

Me crié entre sajones y arrabal. Indeciso entre dos corrientes de familia, de amigos, de lenguas y de costumbres (Torre Nilsson, 1967. En Colección, 2006: 15).

Leung et al. (2008) han señalado que las experiencias multiculturales incrementan las posibilidades de desempeños creativos. No obstante, la incidencia de dichas experiencias

depende de la adaptación y apertura de los sujetos a las diversas culturas. A partir de estudios que incluían tareas creativas y poblaciones de diferentes países, Maddux y Galinsky (2009) demostraron empíricamente que entre las variables *vivir en el extranjero* y creatividad existen relaciones consistentes.

Respecto de la clase social de las familias de los creativos es difícil establecer generalizaciones, nos encontramos tanto con familias de elevados recursos económicos como con familias humildes. Algunos creativos provienen de familias ilustres y aristocráticas como los Borges, Ocampo, Bioy y Leloir, no obstante, la mayoría pertenece a familias modestas y trabajadoras, que por distintas circunstancias (muertes, abandonos), en ocasiones padecen problemas económicos y privaciones.

Yo era el hijo mayor de una familia humilde. Mi padre, ebanista más que carpintero (...) Mi madre, modista, contribuía al sostenimiento del hogar (Recuerdos de un Médico Rural. Entrevista a Favaloro, Cabrera y Ritacco, 1996).

Mis tutores tenían un pequeño negocio de carbonería y desde muy chico trabajé en esas tareas. Las bolsas de carbón me daban lo necesario para vivir y cinco pesos más que pagaba en la escuela del barrio para aprender a dibujar (Quinquela Martín. Fuente Revista Caras y Caretas. www.houssay.org.ar)

En estudios previos también se observó diversidad en cuanto al nivel socio-económico de las familias de los creativos, con predominio de grupos familiares de clase media y baja (Csikszentmihalyi, 1996; Corbin Sicoli, 1995). Resultan interesantes los planteos de Walberg y colaboradores (1996) respecto de las familias de origen de 256 mujeres destacadas en diversos campos. Los investigadores señalaron que el 45% provenía de familias de elevados recursos económicos y destacaron que más de las mitad de las creativas se desarrollaron en entornos familiares ricos culturalmente donde interactuaron con estímulos y materiales de diversos campos. Coincidiendo con este grupo de investigadores, enfatizamos la importancia de las experiencias culturales que las familias han ofrecido a los futuros

creativos, independientemente de los recursos económicos y el nivel educativo *formal* alcanzado por los padres.

La marcada incidencia del capital cultural de las familias en el desarrollo de los futuros creativos también ha sido señalada la Csikszentmihalyi (1999). Según el investigador, el capital cultural de las familias depende de las aspiraciones y expectativas de los padres, las informaciones y los conocimientos informales que se transmiten en el hogar y las oportunidades que se ofrecen de interacciones con instrumentos y artefactos culturales (libros, instrumentos musicales, museos, etc.). Asimismo, Csikszentmihalyi (1999) sostiene que el capital cultural de las familias no está asociado directamente al capital económico.

Mi padre decía: “Somos pobres pero con libros” (Yupanqui, 2008: 136).

*Mi padre fue un inmigrante judío (...) Mi madre era maestra e hija de una familia de inmigrantes pobres. Para ellos, no había sacrificio imposible con tal de asegurar que sus tres hijos fueran a la universidad. (Milstein, 1984.
http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/medicine/laureates/1984/milstein.html)*

*La cultura familiar, en mi casa, era de mucha lectura pero no de tipo académico. No había universitarios en la familia, pero sí se tenía afición por la buena lectura. (Walsh, 2000.
<http://www.educared.org.ar/imaginaria/01/9/walsh2.htm>).*

Mi padre hablaba y escribía el castellano con mucha corrección y elegancia y no tenía pronunciación extranjera. Dotado de una memoria extraordinaria, hablaba de literatura, francés, latín, historia, y toda clase de conocimientos, lo cual fue un ambiente muy favorable para mi instrucción (www.houssay.org.ar).

Si bien las familias con mayores recursos ofrecían a los futuros creativos mayores oportunidades de formación académica, esto no parece haber sido determinante para la creatividad. No es posible establecer diferencias entre los que culminaron la educación formal y quienes no lo hicieron, ya que estos últimos accedieron a

los conocimientos necesarios para sus procesos creativos a través de canales no oficiales, a partir de lecturas autodidácticas, contactos con personas especializadas y actividades extracurriculares en instituciones no *académicas* (bibliotecas, centros comunitarios, asociaciones, clubes, etc.). Los creativos de familias con mayores recursos económicos tuvieron mayores posibilidades de dedicarse exclusivamente a las actividades elegidas, mientras que los más humildes debieron trabajar desde edades muy tempranas. No obstante, los más humildes *se hicieron tiempo* para dedicarse a las actividades que les gustaban, compatibilizando, como veremos luego, el trabajo, con la lectura, la escritura, la pintura, la música, la ciencia, entre otros campos.

Al margen de los recursos económicos, observamos en muchos de los entornos familiares *enseñanzas y exposiciones a instrumentos culturales* que resultaron determinantes para los futuros creativos. La pasión por la lectura, el valor del esfuerzo, la honradez y el trabajo son algunas de las *enseñanzas* de mayor incidencia en los procesos creativos. La riqueza económica, ausente en muchos casos, no parece condicionar tanto como la riqueza y diversidad cultural que la que muchos de estos niños crecieron. En el estudio de Csikszentmihalyi (1996) un número importante de personas dijeron que una de las principales razones por las que habían triunfado era su veracidad u honradez, y éstas eran virtudes que habían adquirido del ejemplo de su madre o padre.

En varias biografías, observamos que los futuros creativos no se desarrollaron en la abundancia económica. No obstante, vivieron en entornos familiares ricos y estimulantes culturalmente y en contextos sociales caracterizados por la diversidad y la coexistencia de *culturas*. Tal vez, esta riqueza cultural y social en la que han vivido los niños –futuros creativos- haya contribuido en la generación de imágenes, ideas, problemas que han *acompañado* a los creativos durante toda la vida. Asimismo, ciertas particularidades de personalidad como la tenacidad, el valor del esfuerzo y la honradez, comienzan a desarrollarse en la infancia gracias a las enseñanzas de familiares, condicionando en el futuro gran parte del proceso de despliegue de la creatividad.

Madres y padres: presencias y ausencias

Trabajadoras, protectoras, sostenes de familia, abnegadas, son calificativos que definen a muchas de las madres de los creativos que estudiamos. En hogares humildes de creativos como Quinquela, Favalaro, las madres colaboran con sus trabajos en el sostén de la familia. Varias madres, ante la muerte o el abandono de los esposos, se hacen cargo del sostén de la familia, situación difícil para una mujer en los comienzos del siglo XX donde eran pocos los trabajos considerados honrados para las mujeres y a la vez estos eran escasamente remunerados. Cortázar y Storni lo explican claramente:

Mi padre se fue, en circunstancias que dejaron a mi madre en una muy mala situación económica (...) mi madre era una mujer totalmente indefensa porque aunque tenía una excelente cultura, vivía en el mundo argentino de los años veinte, un mundo machista (...) mi madre podría haber sido una excelente traductora, sabía inglés, alemán y francés (...) era impensable (...) tuvo que aceptar pequeños empleos en la administración nacional porque eso sí era honorable (...) tuvo que educarnos con dificultades, con problemas económicos (Cortázar, 1977. Entrevista programa A Fondo).

“...Paulina (madre de Storni) contaba solo con el recurso de `coser para afuera`. Esas tres palabras eran el nombre de uno de los contados medios que se ofrecían a las mujeres de aquella época para ganarse la vida honradamente” (Nalé Roxlo y Marmol, 1964: 36).

En algunos casos, ante padres autoritarios y violentos, las madres también aparecen como figuras protectoras de niños enfermizos y temerosos, característica que define la infancia de algunos de los creativos de nuestra muestra. En general, en las biografías de los creativos aparece la figura de la madre como sostén afectivo y a veces económico, pero no es clara la incidencia de las mismas en el proceso de despliegue de la creatividad. No obstante, algunas madres, como la de Julio Bocca, han contribuido significativamente en los procesos de aprendizaje y de acceso a los campos y ámbitos especializados.

La tierra de mi infancia, como un pueblo estremecido por fuerzas extrañas, se hallaba invadida por el terror que sentía hacia él (padre). Lloraba a escondidas, ya que nos estaba prohibido hacerlo, y para evitar sus ataques de violencia, mamá corría a ocultarme (...) mi madre se había aferrado a mí para protegerme (...) acabó aislándome del mundo (Sábato, 1998: 26).

Nadie supo nunca lo que Roberto ha sufrido, tres años estuvo su padre sin hablarle. Su primera juventud fue muy trágica, su vida y la mía fue una tragedia: por eso sus escritos tienen tanta amargura (Madre de Arlt. Larra, 1998. En Colección, 2006: 15).

Luego de analizar la incidencia de los padres en un grupo de artistas visuales, Jones, Runco, Dorman y Freeland (1997) sostienen que las madres son más comprensivas y ofrecen más apoyo que los padres, quienes frecuentemente son más distantes. Sin embargo, en nuestro estudio observamos que el papel de los padres es decisivo en el proceso creativo, nos referimos no solo a los que han tenido influencias positivas sobre sus hijos, sino también los han condicionado negativamente a sus hijos o han estado ausentes por diversos motivos. La incidencia positiva de los padres se basa en apoyar a los hijos en sus decisiones e introducirlos a los campos y ámbitos a los que luego éstos dedicarán su vida.

Parece que su destino de escritor estuvo prefijado desde siempre (Sábato) Sí, mi padre me lo dijo. Estábamos en buena situación económica y me explicó que a él le gustaría que yo fuera escritor. Que para eso leyera y escribiera mucho. Y que por sobre todo rompiera mucho y no tuviera apuro en publicar. (...) le di un ejemplar, pero nunca hizo ningún comentario. Con el tiempo descubrí que ese ejemplar que él había guardado tenía correcciones y páginas enteras con tachaduras, y yo aproveché parte de esas indicaciones cuando publiqué mis obras completas (Borges en Barone, 1996: 100-101).

Mi padre me alentó muchísimo para escribir (...) en aquellos tiempos existía la editorial Tor, de un señor Torrendel (...) Le dije a mi padre que me gustaría publicar en esa colección. Tenía 17 años. El me dijo: ¿por qué no hablás con Torrendel? Es una buena

persona. Te va a atender. Enseguida, el propio Torrendel se ofreció a publicar mi libro, y él mismo sugirió la colección Cometa. Era todo mi sueño. Yo necesité cuarenta años para comprender que mi padre había hablado con Torrendel y había pagado la edición (Bioy. http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=211281).

En otros casos, los padres inciden negativamente debido a sus actitudes autoritarias y violentas (Sábato y Arlt) o a *sus ausencias* y abandonos (Cortázar, Storni, Berni, Bocca). En algunos casos, el abandono del padre ha estado unido a historias y *novelas familiares* que generaron dudas y conflictos en los creativos. En varias biografías, la figura del padre es para los creativos una imagen borrosa, una historia llena de puntos inconexos, confusiones y *temas de los que no se puede hablar*.

Mi padre es una figura que desaparece... (Cortázar, 1997. Entrevista programa A Fondo)

¿Papá?- He soñado que tu damajuana

Está crecida como el Tupungato;

Aún contiene tu cólera y mis versos.

Echa una gota. Gracias. Ya estoy buena

(Storni, 1938 En Nalé Roxlo y Marmol, 1964: 31)

Julio se enteró ya siendo adulto de que su padre no lo había reconocido (...) su familia hizo todo lo posible por ocultarle la verdad, sumiéndolo en una gran confusión (Bocca. En Montoya, 2007: 24).

El aprendizaje y embrionario desarrollo de Berni en el arte, coincide con la partida de su padre Napoleón a Italia, a quien nunca más verá y que forma una suerte de agujero negro en la biografía familiar (Berni. En García, 2004: 38).

En el estudio de Csikszentmihalyi (1996) también se observa variabilidad en cuanto a la influencia de los padres en el futuro de los hijos. Jones, Runco, Dorman y Freeland (1997) estudiaron los

procesos creativos de seis artistas visuales, también observaron diversidad en cuanto a la influencia de los padres, algunos fueron alentados a dedicarse al arte, no obstante, otros sufrieron el abandono o la falta de apoyo parental.

En nuestro estudio también observamos diferencias en la incidencia de los padres en los procesos creativos. Mientras que el apoyo de los padres parece haber sido decisivo para un grupo de creativos, otros debieron afrontar las influencias negativas de éstos, para lo cual, muchas veces manifiestan haber *utilizado* la creatividad. La imaginación de otros mundos, la escritura, la lectura y el arte en general, se configuraron en *válvulas de escape* de niños maltratados, abandonados y poco estimulados.

La pérdida o la ausencia de los padres durante la infancia o la adolescencia parece ser un factor de análisis importante en la vida de los creativos. Numerosos estudios previos hacen referencia a estos hechos vitales en el desarrollo de los futuros creadores (Simonton, 1999; Feldman, 1999; Therivel, 1999; Alonso Monreal, 2000). Los análisis realizados por Corbin Sicoli (1995) indicaron que la mitad de las creativas estudiadas sufrieron pérdidas parentales durante la infancia. La Teoría GAM explica la creatividad a partir de tres factores: genética, asistencia y desgracias (misfortunes). La muerte de los padres es una de las desgracias más frecuentes en los primeros años de vida de los creativos (Therivel, 1999; Domino, Schmuck, y Schneider, 2002).

Asimismo, la muerte del padre durante la infancia o la adolescencia es un hecho que ha marcado la vida de varios de los creativos y que los ha obligado a *hacerse grandes*, colaborar en la economía familiar y dejar de contar con el apoyo de una de las figuras centrales, como dijimos anteriormente, en la introducción de los niños a campos y ámbitos específicos (en el caso de los que incidieron positivamente).

Csikszentmihalyi (1996) también ha observado que muchas personas creativas perdieron a sus padres a una edad temprana. Según el autor, lo determinante es la forma en que los sujetos significan la pérdida y el grupo de apoyo que los contiene. La asistencia y el apoyo de otras personas significativas es central en

el afrontamiento de situaciones traumáticas, entre ellas la pérdida o el abandono de los padres (Therivel, 1999).

Al igual que en los demás análisis, no parece haber una regla única para interpretar la muerte de los padres y la incidencia de ésta en la vida de los creativos, mientras que para algunos, los que tenían relaciones conflictivas, puede haber significado un alivio, para otros, los que eran apoyados y estimulados, debe haber ocasionado sentimientos de soledad y desamparo. En estos casos, creemos que han sido determinantes las redes sociales en las que estos niños se apoyaron y también las formas en que se *hicieron grandes*. Las actividades preferidas, la lectura, la escritura, la pintura, la música, parecen haber sido refugios para estos niños que debieron atravesar desde edades tempranas por situaciones angustiantes y difíciles.

Educación: dentro y fuera de las aulas

Entre el grupo de estudio encontramos diversidad en cuanto a la formación académica formal, desde creativos que solo han concurrido algunos años a la escuela (Quinquela, Arlt, Atahualpa, Discépolo, Piazzolla) hasta personas que con formación postdoctoral como el caso de los científicos de la muestra (Houssay, Leloir, Milstein, Favaloro). Mientras que la mayoría asistió a escuelas públicas, algunos niños (Borges, Ocampo, Bioy Casares), los de familias de elevados recursos, fueron educados también por institutrices europeas. Respecto al rendimiento académico, la mayoría de los futuros creativos no se destacaron, excepto, Houssay y Favaloro cuyas calificaciones tanto en el nivel primario como secundario y superior fueron elevadas. Los investigadores recibieron distinciones de diversas instituciones por su desempeño escolar.

Los desempeños y la permanencia en el sistema educativo formal difieren entre los creativos de diversos campos. Mientras que los científicos suelen tener mejores rendimientos y permanecen más años en el sistema, los artistas frecuentemente abandonan la escolaridad formal durante la adolescencia y no

logran desempeños destacados. Las vinculaciones entre educación formal y creatividad científica son más claramente observables que las asociaciones entre escolaridad y creatividad artística (Feldman, 1999). Los análisis biográficos realizados por Corbin Sicoli (1995) indicaron que la mayoría de las artistas estudiadas completaron el nivel medio de enseñanza, no obstante un importante porcentaje (23%) abandonaron el sistema educativo antes de culminar el mencionado ciclo.

Según Feldman (1999) no es necesario un desempeño extraordinario en la educación formal para lograr producciones creativas. Sin embargo, es central la preparación y la disponibilidad de conocimientos y técnicas actualizadas y diversas sobre los campos y los modos de actuar en los mismos. La preparación informal a través de interacciones con mentores, pares, maestros y objetos culturales es el tipo de formación predominante en la vida de los creativos. La formación autodidáctica aparece como una constante en la vida de los creativos de nuestra muestra, independientemente de la formación académica oficial. Guitarras, pinceles, bandoneones, libros, cuadernos, bibliotecas, asociaciones, clubes la calle, contactos con personas significativos les han permitido a los creativos formarse ampliamente y acceder a los conocimientos necesarios para sus producciones creativas.

La guitarra era el pincel con el que Héctor podía dibujarse a sí mismo y al mundo que lo rodeaba. Pero muchas de esas pinceladas debieron ser autodidactas, ya que nunca pudo completar una formación oficial (Yupanqui. En Colección, 2006: 26).

(En la biblioteca) descubrió numerosos textos que contribuyeron a su formación intelectual de autodidacta (Quinquela. En Colección, 2006: 24).

Era un ávido lector, en las revistas que leía se publicaba un aviso sobre la escuela de grandes maestros del dibujo, hizo el curso por correspondencia. Como decía que le gusta dibujar, el papá dijo que fuera al industrial, pero para él fue terrible, todo lo que fuera lineal para él era aberrante, duró hasta tercer año... (Documental Fontanarrosa: vida, pasión y humor, 2008).

Pero lo que perdí de aprender en el colegio, lo recuperé en la calle, en la vida (Discípulo en Galasso, 2004).

La educación formal parece contribuir principalmente en los procesos creativos de los científicos de la muestra. En el caso de los artistas, el papel de la escuela y de los contenidos curriculares no parece destacado. Observamos que varios de los creativos de la muestra han abandonado sus estudios en el nivel medio. No obstante, es en las instituciones educativas donde los futuros creativos comienzan a establecer contactos con figuras significativas que los orientan, apoyan y en algún sentido, se convierten en modelos. En muchos casos, ciertos profesores cobran un rol destacado en el proceso creativo, ya que estimulan a los niños y jóvenes a dedicarse a determinados campos.

Numerosos estudios indican que la contribución de la educación formal a la creatividad es escasa y hasta en ocasiones, los contextos educativos actúan como obstáculos para el despliegue de la creatividad (Alonso Monreal, 2000; Rinaudo y Donolo, 2000; Sternberg y Lubart, 1997). Consideramos que debe analizarse el papel de la educación formal en la creatividad más allá de los contenidos curriculares y las propuestas pedagógicas. La escuela es un espacio de aprendizaje y socialización en el cual los niños y adolescentes tienen oportunidades de interactuar con diversos objetos y sujetos. Tal vez, el aporte principal de la escuela a la creatividad sea ofrecer a los niños y adolescentes oportunidades de establecer contactos con maestros y profesores que los puedan orientar e introducir a los campos y ámbitos específicos.

Es la educación informal y autodidáctica la que parece tener mayor incidencia en la formación de los futuros creadores y en la adquisición de los conocimientos necesarios para la producción creativa. En los creativos de la muestra, la lectura es uno de los *métodos* principales para la formación autodidáctica.

Lectura. Leer y leer (hasta que los médicos lo prohíban)

La pasión por la lectura está presente en todos los creativos de la muestra, no solo en los futuros escritores, como podría anticiparse. Desde niños, incluso algunos aprenden a leer antes de asistir a la escuela, demuestran de marcado interés por la lectura, actividad a la cual dedicaban muchas horas del día. Resulta curioso que en algunos casos, y ante la preocupación de los padres, médicos llegan a prohibirles que lean.

Leía y escribía demasiado, hubo un médico que recetó que había que prohibirme los libros por cuatro o cinco meses... (Cortázar, 1977. Entrevista programa A Fondo).

Recuerdo que sólo teníamos alumbrado a kerosene, por lo cual prefería estudiar poco de noche. Allí es donde aprendí a leer y desarrollé una verdadera pasión por la lectura, que llegó a preocupar a todos mis parientes, quienes procuraron distraerme. Recuerdo que mi madre llegó, personalmente, a jugar conmigo a las bolitas para distraerme de los libros (www.houssay.org.ar).

La lectura no solo es una de las actividades principales en la infancia de los creativos sino que también lo es a lo largo de la vida. Los libros elegidos durante la infancia son principalmente cuentos y novelas, luego los intereses se diversifican y se van especializando según los campos a las que se dedican los creativos. Algunos creativos como Atahualpa, Discépolo, Piazzolla y Torre Nilsson, aunque no se dedican exclusivamente a la literatura, plasman sus obras los amplios y diversos conocimientos que poseen sobre literatura nacional e internacional.

Lo que permanece constante durante toda la vida de los creativos, es el hábito y el placer por la lectura. Es a partir de la lectura y muchas veces de los aprendizajes autodidácticos, que la mayoría accede a los conocimientos necesarios para desempeñarse en los campos y producir sus obras. La lectura le permite acceder a conocimientos de los campos en los que luego se van a desarrollar y también a conocimiento de cultura general.

Victoria sintió la lectura como una auténtica pasión. (...) los libros eran para ella presencias, amigos íntimos (...) sentía que vivía la vida de los libros (Ocampo. En Colección, 2006: 26-27).

A los seis años robo con premeditación y alevosía el texto de lectura en que aprendí a leer. (...) A los ocho, nueve y diez años miento desafortadamente... (Storni. En Roxlo y Marmol, 1964:29).

...también a Babsy le importaba tener un oficio, y el trabajo en el set no le parecía mal; aunque lo que más le gustaba era la lectura. De su madre había heredado la pasión por leer a los clásicos ingleses y franceses en su lengua original (Torre Nilsson. En Colección, 2006: 14).

Estudios previos de creadores en diversos campos (Ippolito y Tweney, 2003; Csikszentmihalyi, 1996; Gardner, 1993) también han subrayado la relevancia de la lectura en la vida y en los procesos creativos de personalidades destacadas. Ser buenas lectoras, mostrar interés por los libros y estar bien informadas fueron algunas de las características principales de las mujeres creativas estudiadas por Walberg y sus colaboradores (1996).

La lectura, principal método de educación informal y autodidáctica, es una de las actividades cotidianas de los creativos independientemente de los campos y los ámbitos en los que se desempeñen. Además de acceder a conocimientos necesarios para la creatividad, la lectura les permite incursionar por mundos imaginarios, crear nuevas realidades, en muchos casos refugiándose en la propia realidad que no siempre es agradable. La lectura parece ser la compañera fiel de los creativos a lo largo de toda la vida.

La materia prima. Algunos niños por el mundo, otros desde la ventana

Imaginar, inventar, preguntar son actividades que caracterizaron la infancia de los creativos de nuestro estudio. En muchos de ellos, los frecuentes viajes que realizaban junto a sus familias parecen

haberles aportado imágenes, sensaciones y sentimientos que potenciaban las imaginaciones y los deseos de conocer más. Por ejemplo, en las familias de Borges, Bioy Casares, Ocampo los viajes a Europa eran frecuentes como así también las estadias prolongadas en el viejo continente, donde los niños asistían a escuelas y se formaba con institutrices extranjeras. En su infancia, Piazzolla vivió en Nueva York y esto parece haber incidido marcadamente en su carrera. Atahualpa viajaba frecuentemente por la Argentina debido a que su padre era ferroviario. Cortázar nació en Bruselas y vivió un tiempo en Barcelona, de donde dice aún tener algunos recuerdos.

Alonso Monreal (2000) sostiene que la diversidad cultural en la infancia es generadora de creatividad. Según el autor, se ha comprobado que los niños que viajan frecuentemente, cambian de ambiente cultural o viven en cierto entorno de mestizaje y multiculturalidad, encuentran en estas situaciones estímulos para la creatividad. Walberg y colaboradores (1996) definieron al *well-traveled* (*haber recorrido mucho mundo, tener calle, disponer de conocimientos acerca de realidades diversas*) como una característica de la infancia de las creativas estudiadas. Sin embargo, y tal como también lo hemos observado en nuestra muestra, Alonso Monreal (2000) reconoce que algunos creativos se vivieron aislados y evitaron el contacto social.

José era ferroviario sin lugar de trabajo fijo (...) sería a causa de tantos cambios de residencia, que se sembraría en Atahualpa la semilla de la curiosidad. Comenzaron a llamarle la atención las diferentes maneras de hablar, de vivir y de hacer, los distintos bailes y músicas, comidas y bebidas... (Yupanqui. En Colección, 2006: 17).

Recuerdos de la infancia (...) imágenes inconexas que no podía hacer relacionar con nada conocido, se lo pregunté a mi madre, formas extrañas, colores, el Parque Güell de Barcelona, también recuerdo de una playa... (Cortázar, 1977. Entrevista programa A Fondo).

Otros, aislados por distintos motivos (enfermedades, sobreprotección, etc.), imaginaron el mundo desde la ventana y

crearon nuevos mundos que luego se plasmaron en sus obras creativas. La lectura, tal como haremos referencia luego, es determinante en la ampliación de los mundos reales e imaginarios y es una constante en la vida de los creativos que les ha permitido aprender los conocimientos necesarios de los campos, vivir a distintas *realidades* y ampliar el horizonte de pensamientos, ideas e imágenes.

Yo no tuve juguetes, no supe andar a caballo (...) He debido quedar imaginando (Sábato, 2004:126).

Me veo en un día de sol formando en las filas de aquel ejército infantil (...) El recuerdo más vivo que conservo en esa expresión de la calle, que me atraía con una fuerza extraña y se presentaba a mi imaginación como la imagen perfecta de la libertad (Quinquela. En Colección, 2006: 11).

Según Csikszentmihalyi (1996), una curiosidad mayor de lo habitual durante la infancia es requisito para la posterior creatividad. Los análisis biográficos realizados por Walberg y su equipo (1996) también indicaron relaciones entre creatividad e imaginación, curiosidad, actitud cuestionadora y originalidad en la infancia.

En los niños, futuros creativos de nuestra muestra, la curiosidad es potenciada de diversas maneras, en algunos casos, mediante interacciones con diversas personas y contextos, y en otros, a través la lectura, la fantasía y la imaginación. Tal vez, situaciones traumáticas y confusas de la historia personal y familiar también hayan contribuido en la potenciación de la curiosidad, el interés por diversos objetos y la búsqueda de preguntas y respuestas.

Se la recuerda como una chica curiosa, cuyas preguntas no resultaban fáciles satisfacer. Era imaginativa, inventaba historias y su madre no sabía cómo hacer para enseñarle a decir la verdad (Storni. En Colección, 2006: 11).

Yo creo que desde muy pequeño, mi desdicha y mi dicha al mismo tiempo fue el no aceptar las cosas como dadas (Cortázar. En Colección, 2006: 16).

Entre múltiples contextos (reales e imaginarios), interacciones y objetos culturales transcurre la infancia de la mayoría de los creativos de nuestra muestra. Asimismo, dudas, preguntas y enigmas *vitales* invaden los primeros años de vida de los futuros creadores. Tal vez, esta diversidad de contextos, interacciones y enigmas hayan estimulado la curiosidad y la imaginación de los creadores durante la infancia, generando materias primas para los procesos creativos.

Infancias no tan felices para algunos

La infancia no parece ser para muchos creativos una etapa de felicidad. Tristeza, abandono, maltrato, soledad, aislamiento, muerte de los padres han marcado esta etapa, y la vida de muchos de los creativos de la muestra. Algunos autores han señalado vinculaciones entre creatividad y situaciones traumáticas en la infancia (Gardner, 1993; Feldman, 1999). Según Therivel (1993. En Domino, Schmuck, y Schneider, 2002) la creatividad está asociada a factores genéticos, a asistencias (ayuda de los padres y maestros, apoyo financiero, etc.) y a desgracias ocurridas durante la infancia o la juventud de los creadores (enfermedades, muerte de los padres, etc.). Los autores también señalan que más allá de las situaciones traumáticas, lo relevante es analizar como éstas son *elaboradas* por los niños y jóvenes y cómo el apoyo de otras personas significativas incide en el afrontamiento de las mismas.

En las biografías y escritos de los creativos, por ejemplo las de Sábato, Storni, Arlt, claramente aparecen sentimientos de tristeza, soledad, abandono, miedos y pesadillas. Tal como ya lo hemos mencionado, algunos de estos casos están vinculados con el abandono, la ausencia o los malos tratos de los padres.

Convertido en un niño solo y asustado, desde la ventana contemplaba el mundo de trompos y escondidas que me había sido vedado (Sábato, 1998: 26).

Tuve una infancia triste (...) Vivía aislado y taciturno. Por desgracia no era sin motivo. A los cinco años quedé huérfano de padre y antes de cumplir los nueve, perdí también a mi madre (Discépolo. En Galasso 2004:27-28).

...no guardo un recuerdo feliz de mi infancia: demasiadas servidumbres, una sensibilidad excesiva, una tristeza frecuente, asma, brazos rotos, primeros amores desesperados (Cortázar. En Colección, 2006: 12).

Algunas enfermedades crónicas también condicionan la infancia de algunos creativos, en muchos casos aislándolos y encerrándolos en sus mundos de lecturas e imaginaciones. Zausner (1998) analizó el impacto de diversas enfermedades y accidentes en la vida de 21 creativos reconocidos socialmente. El investigador observó que varios de los creativos estudiados padecieron enfermedades crónicas y accidentes durante la infancia. Las patologías y los incidentes *contribuyeron* de diversas maneras en el despliegue de la creatividad. Algunos niños encontraron en el arte y la creación oportunidades para canalizar el estrés provocado por las patologías físicas, otros utilizaron la creación como un medio para ocupar el tiempo y afrontar la soledad y la aislamiento que les imponían las enfermedades y tratamientos médicos. Según Zausner (1998), las enfermedades de la infancia determinaron cambios importantes en la vida de los futuros creativos, haciendo que varios ellos comiencen a dedicar gran parte de su tiempo al estudio y la creación artística.

Las patologías y los accidentes de la infancia de los creativos parecen haber ocasionado a la vez, limitaciones y posibilidades. La lectura, el arte, la creación han sido los *recursos* que los niños, futuros creativos, han utilizado y generado para afrontar las limitaciones impuestas por las adversidades físicas ocurridas durante la infancia.

Babsy tenía una salud frágil. Desde muy pequeño padeció asma y una alergia que devendría crónica (Torre Nilsson. En Colección, 2006: 12).

...una infancia de un chico enfermizo, asmático, encerrado, casi exclusivamente lector (Cortázar. En Colección, 2006: 12).

Varios de los creativos han vivido aislados, han carecido de amigos, de experiencias y juegos infantiles. A pesar de contar con elevados conocimientos y habilidades por ejemplo para la lectura y la escritura, adolecían de saberes prácticos y destrezas del mundo infantil. Csikszentmihalyi (1996) sostiene que cierta marginalidad y falta de popularidad caracteriza a los niños y adolescentes creativos. Según el autor, esto se debe que dedican gran cantidad de tiempo a sus aficiones y a que no son comprendidos por sus padres debido a la originalidad de sus pensamientos, proyectos e intereses.

Este chico acostumbrado a lecturas propias de un adulto carecía de la picardía necesaria para defenderse en un medio donde se valoraba la astucia y la fuerza (la escuela) (Borges. En Colección, 2006: 26)

Tal vez, la creación haya sido para estos niños una vía de escape ante la soledad, el miedo y el aislamiento. Desde muy pequeños, muchos de los creativos comienzan a desplegar sus habilidades creativas, Cortázar escribe su primera *novelita* a los ocho años, Storni sus primeros versos a los doce años y Ocampo, de pequeña había intentando editar una revista junto a su hermana. Quizás podamos hablar de cierta precocidad en los desempeños de algunos niños, futuros creativos, no obstante no contamos con datos que nos permitan afirmar que se tratara de niños prodigios. Al igual que Csikszentmihalyi (1996) y Howe (1999) pensamos que ser prodigio no es requisito para la posterior creatividad.

Según los casos analizados, es preciso afirmar que varios de los niños tenían desempeños destacados y superiores a los de sus pares respecto de la lectura, la forma que aprendieron a leer y los libros que leyeron durante la infancia. También se observan desempeños destacados y precoces en cuanto a la escritura, la iniciación en algunos instrumentos musicales (Yupanqui y

Piazzolla), en la pintura (Quinquela y Berni) y en la danza (Bocca). Estos desempeños precoces seguramente han contribuido en las producciones creativas futuras. Corbin Sicoli (1995) también se refirió a los desempeños destacados precoces en el campo de la música de las artistas estudiadas. Si bien los desempeños destacados en la infancia no garantizan creatividad en la adultez, indudablemente la favorecen, especialmente cuando se trata de campos en los que se necesita un largo aprendizaje de conocimientos y habilidades específicas (Feldman, 1999). Por ejemplo, los logros creativos de Bocca en la danza no hubiesen sido posibles sin largas horas de entrenamiento y preparación durante la infancia y la adolescencia.

Hemos señalado algunos hechos y circunstancias de la infancia de los creadores que consideramos relevantes y planteado hipótesis acerca de la posible incidencia de las mismas en los procesos creativos. A partir de los estudios biográficos observamos algunas similitudes y patrones comunes que se repiten en las infancias de los creativos. Durante la infancia de las personas de la muestra, la creatividad comienza a emerger, ayudada por la imaginación, la curiosidad, las lecturas y los contextos diversos. En algunos casos, los contextos familiares no han sido favorables, no obstante parece que los creativos han sabido desarrollarse y buscar alternativas en otros entornos y establecer contactos con otras personas. La creatividad parece ser una vía de comunicación y expresión de sentimientos y emociones de la infancia de los creativos de la muestra. Luego, en las demás etapas de la vida, veremos cómo esta creatividad que emerge en la infancia se desarrolla en producciones y obras reconocidas socialmente. Múltiples condicionantes interactúan desde las primeras manifestaciones hasta las grandes obras creativas, procuraremos a lo largo del estudio identificar dichos condicionantes y su incidencia en el despliegue de la creatividad.

Adolescencia y juventud. Trabajos, contactos y decisiones

En este apartado describimos y analizamos hechos significativos en la vida de los creativos ocurridos durante la adolescencia y la

juventud. Diferentes contextos (familia, trabajo, instituciones educativas, organizaciones comunitarias) y relaciones (compañeros, amigos, profesores, mentores) son objeto de análisis en esta sección. Intentamos vincular hechos, contextos y relaciones con los procesos de despliegue de la creatividad en esta etapa de la vida de los creadores.

Trabajar para comer. Leer, pintar, componer, estudiar para vivir

La mayoría de los jóvenes, futuros creativos, debieron *hacerse tiempo* luego de las jornadas laborales para realizar lo que les apasionaba. Veremos a lo largo de todo el trabajo de investigación que esta idea, *hacerse tiempo*, parece vincularse estrechamente con las posibilidades de desplegar la creatividad, tal como lo hemos planteado en estudios anteriores (Elisondo, 2008a). Luego del trabajo, *hacerse tiempo* para realizar las actividades que les interesan (leer, escribir, pintar, investigar), concurrir a contextos particulares (bibliotecas, centros culturales, librerías, etc.) y establecer relaciones significativas con personas que se desempeñan en campos específicos, aparece como una constante en las biografías de los creativos, principalmente en la etapa de la adolescencia y la juventud.

En esta etapa, el trabajo representa un medio de subsistencia, la mayoría de las veces no está relacionado con las actividades culturales, artísticas y científicas en las que comienzan a destacarse. No obstante, en las biografías también se observa que los creativos intentan articular trabajo y creatividad, en la mayoría de los casos, logran esta articulación luego algunos años. En la adultez la literatura, la pintura, la investigación científica, la música se convierten en el *único trabajo*, es decir, los creativos se sostienen económicamente a partir de sus producciones en dichos campos.

No dispongo, como otros escritores, de rentas, tiempo o sedantes empleos nacionales. Ganarse la vida escribiendo es penoso y rudo (Art. Prólogo de la novela Los lanzallamas. En Colección, 2006: 36).

El trabajo comenzaba a las siete de la mañana y terminaba a las siete de la tarde (...) ingresó a la Sociedad Unión de La Boca (...) Cada día, después de cumplido su horario en el puerto, el joven Chinchella asistía a alguna biblioteca (Quinquela. En Colección, 2006: 20-24).

...estoy encerrada en una oficina (...) Clavada en mi sillón, al lado de un horrible aparato para imprimir discos, dictando órdenes y correspondencia a la mecanógrafa, escribo mi primer libro de versos. ¡Dios te libre, amigo, de La inquietud del rosal! Pero lo escribí para no morir (Storni. Nalé Roxlo y Marmol, 1964:58.)

Se vio obligado a alternar sus estudios secundarios en el Colegio Nacional con diversos trabajos irregulares y mal remunerados (Yupanqui. En Colección, 2006: 32).

... (Enseñar) los procedimientos para votar y lo que se puede y no se puede hacer en una sociedad llamada democrática no me divertía demasiado... (Cortázar, 1977. Entrevista programa A Fondo).

Un divorcio y la crianza de una hija la empujaron a trabajar en la radio. Durante sus años de “rascada” hizo un poco de todo: periodista, cantante, ecónoma... (Marshall. En Juszko, 2000: 55).

Podríamos afirmar que durante la adolescencia y la juventud los creativos tienen que realizar trabajos que no se vinculan estrechamente con sus producciones creativas. No obstante, esta afirmación no parece del todo cierta, ya que observamos que estas personas *sacan provecho* de las actividades laborales que tienen que realizar y en muchos casos estas actividades les sirven como *materia prima* de sus obras (por ejemplo, el trabajo de carbonero es central en la obra de Quinquela), como ocasiones para establecer contactos significativos y frecuentar espacios diversos. También observamos que los creativos van cambiando de actividades laborales desde aquellas que no se vinculan con sus intereses hasta llegar a desempeñarse exclusivamente en los campos en los que se destacan. El desempeño como bibliotecario es un ejemplo claro de las vinculaciones que logran establecer entre creatividad y trabajo algunos escritores como Borges y Storni.

Hay también una biblioteca de unos dos mil volúmenes que Alfonsina ordena, clasifica y cataloga en sus ratos libres (...) Durante muchos meses, las jornadas de intensa labor escolar de Alfonsina son seguidas por largas horas que dedica a la lectura o a la creación poética (Storni. En Nalé Roxlo y Marmol, 1964: 70).

Su permanencia en la biblioteca fue, según el mismo lo decía, de “firme felicidad” (...) cuando terminaba su trabajo se iba y devoraba los libros que tenía a su alcance (Borges. En Colección, 2006: 84-85).

Los creativos que provienen de familias ricas pudieron dedicarse exclusivamente a las actividades que eran de su interés ya que no necesitaron trabajar para vivir. Sin embargo, las diferencias de origen social y económico de los creativos de nuestra muestra no parecen determinar los procesos de despliegue de la creatividad. Para los jóvenes de familias humildes el camino para lograr sus metas fue más difícil y sinuoso, ya que además de crear sus obras deben *crear* medios para sobrevivir. La búsqueda de diversos empleos y entornos laborales que se aproximen cada vez más a los campos de interés es constante en esta etapa de la vida de los creativos. Además, crean formas de organizar el tiempo y compatibilizar diferentes actividades, sacando el mayor rédito posible de aquellas que parecen no vincularse con los campos de interés.

La educación formal: profesores y actividades extras

Tal como ya hemos manifestado, observamos diversidad entre los creativos de la muestra en cuanto a la formación académica formal. Esta diversidad está asociada tanto a la permanencia en el sistema educativo como al rendimiento en el mismo. Respecto de la permanencia en el sistema, podríamos conformar tres grupos, los que asistieron pocos años a la escuela (Ej. Quinquela, Arlt, Atahualpa, Discépolo, Piazzolla), los que terminaron el secundario y accedieron a un título de maestro o profesor (Ej. Storni,

Cortázar) y los que realizaron estudios doctorales (Houssay, Leloir, Milstein, Favaloro, Sábato).

En las biografías de los creativos, observamos que de la educación secundaria se destacan las relaciones que establecen con algunos profesores. Estos docentes se constituyen en referentes y consejeros que orientan a sus alumnos, no solo los instruyen en conocimientos específicos de los campos sino que les enseñan principios, valores y conocimientos prácticos indispensables para cualquier futuro desempeño profesional, artístico, cultural, social, etc. Numerosos estudios previos han destacado el papel de los profesores, mentores y tutores en el proceso de despliegue de la creatividad (Alonso Monreal, 2000; Feldman, 1999; Simonton, 1999; Stenberg y Lubart, 1997; Corbin Sicoli, 1995).

Al igual que en el estudio de Csikszentmihalyi (1996), la escuela como contexto general rara vez es mencionada como una fuente de estímulo de la creatividad. No obstante, profesores en particular, que ayudan, orientan a los jóvenes y les *prestan atención*, parecen ser determinantes en el despliegue de la creatividad en esta etapa de la vida. Desde la perspectiva de Sternberg y Lubart (1997) el papel de los docentes es ofrecer a los alumnos modelos de rol creativo, es decir demostrar conductas y modos de formulación y resolución de problemas característicos de las personas creativas. Además, según los autores los profesores deben estimular a los alumnos a cuestionar las asunciones o verdades, a tolerar la ambigüedad, a asumir riesgos sensibles y a perseverar ante los obstáculos.

En el profesorado Cortázar se vinculó con algunos maestros que marcaron su vocación: el filósofo Vicente Fatone, conocedor de las religiones orientales, y el poeta riojano Arturo Marasso (Cortázar. En Colección, 2006: 22).

...Pedro Henríquez Ureña. A él le debo mi primer acercamiento a los grandes autores (...), sentado en algún vagón, con el portafolio lleno de deberes corregidos (...) yo le pregunté, apenado por ver como pasaba años en tareas menores, ¿Por qué, Don Pedro, pierde tiempo en esas cosas? Y él, con su amable sonrisa, me respondió:

Porque entre ellos puede haber un futuro escritor (Sábato, 1998: 47-48).

En 1936, después de un riguroso examen, Favalaro entró al Colegio Nacional de La Plata. Allí, docentes como Ezequiel Martínez Estrada y Pedro Henríquez Ureña le infundieron principios sólidos de profunda base humanística

(www.fundacionfavalaro.org/pagina_biografia.htm).

En la educación universitaria, algunos profesores también cumplen un papel destacado en la orientación ante decisiones importantes y la inclusión de los jóvenes en ámbitos especializados. La contribución principal de los docentes se vincula con la presentación de los jóvenes a otros miembros de los ámbitos especializados, la orientación respecto de temas de investigación y lugares de formación, y la enseñanza de *conocimientos prácticos y éticos* acerca de las formas más apropiadas de desempeñarse en los campos

Con el apoyo del jefe de la sala del Hospital de Clínicas, donde era médico interno, Leloir fue aceptado por Houssay para realizar una tesis de doctorado bajo su dirección (...) La relación de Leloir con Houssay duró, inalterada, hasta la muerte de éste último en 1971. (...) Una vez finalizada la tesis, Houssay aconsejó a Leloir perfeccionarse en el exterior (Leloir. En Paladini, 2008: 19-24).

Para ser un científico bueno hay que hacer una tesis con una persona que no sea un cuentero. La mayor parte de mis profesores de la Universidad eran si no charlatanes, mediocres y no quería hacer la tesis con ellos. Por suerte entre los miembros del grupo Anarquistas Revolucionarios había un muchacho que estaba trabajando con Houssay. Hablé con él y me mencionó a Leloir. (Stroppani) Lo recibió a Milstein, tanto por su buena preparación como por la recomendación del doctor Leloir.... (Milstein. En Colección, 2006: 104-5).

Según Csikszentmihalyi (1996) el apoyo de los profesores es central para que los jóvenes puedan ingresar a los ámbitos especializados, ser admitidos en contextos particulares (laboratorios, escuelas, talleres, etc.) y que sus producciones sean tenidas en cuenta en exposiciones, muestras y publicaciones. El investigador húngaro sostiene que el principal papel del mentor es convalidar la identidad de la persona más joven y animarla a continuar trabajando en el campo. Además, los mentores transmiten a sus discípulos ideas, procedimientos y contactos esenciales para atraer la atención y la aprobación de los colegas.

Whitelock, Faulkner y Miell (2008) han estudiado procesos de promoción de la creatividad en prácticas de supervisión de un grupo de doctorandos de la Open University (Inglaterra). Según los supervisores, se promueve la creatividad de los alumnos orientándolos sin coartar la autonomía, estableciendo relaciones de confianza, estimulándolos a tomar riesgos, filtrando conocimientos e identificando problemas y modelando y compartiendo experiencia. Los doctorandos subrayaron la importancia de la promoción de procesos de reflexión durante las prácticas de supervisión y la construcción de relaciones de confianza con los supervisores. Las autoras del estudio proponen analizar las prácticas de supervisión considerando el rol que adoptan los supervisores, el manejo que realizan los doctorandos de sus propios procesos creativos y el tipo de relaciones que ambos construyen durante las interacciones.

En los contextos universitarios, los jóvenes creativos parecen no haberse limitado solo a las actividades académicas obligatorias. En las biografías se observa que participan en diversas actividades (centros de estudiantes, prácticas, observaciones, etc.), realizan lecturas extras y buscan distintas alternativas para seguir adquiriendo conocimientos teóricos y prácticos. En estudios anteriores se han visualizado relaciones entre creatividad y participación en actividades extra-curriculares (Elisondo, 2008a; Feldman, 1999; Csikszentmihalyi, 1999; Nickerson, 1999; Jones et al. 1997; Root, Bernstein y Garnier, 1995). Según Csikszentmihalyi (1996), los creativos entrevistados en su estudio consideran que las actividades extra-curriculares fueron más favorables para ellos que

las asignaturas escolares. Muchos de ellos encontraron, en estas actividades, oportunidades de manifestar sus intereses y expresar sus capacidades creativas. Premios, concursos, publicaciones escolares han sido algunas de las oportunidades que los creativos han aprovechado durante la educación formal para desplegar sus intereses y realizar sus primeras *obras*.

Nunca tuve dificultad en aprobar mis exámenes (...) leía mucho fuera de los programas y textos especiales (Houssay. www.houssay.org.ar).

Leloir nunca siguió cursos regulares en aquella facultad (de Ciencias Exactas) pero asistía como oyente a las clases de química... (Leloir. Paladini, 2007: 19).

En el tercer año comenzó las concurrencias al Hospital Policlínico y con ellas se acrecentó su vocación al tomar contacto por primera vez con los pacientes. Nunca se limitaba a cumplir con lo requerido por el programa, ya que, por las tardes, volvía para ver la evolución de los pacientes y conversar con ellos (...) También se escapaba a presenciar las operaciones de los profesores José María Mainetti...(Favaloro.

www.fundacionfavaloro.org/pagina_biografia.htm).

En un estudio anterior realizado con estudiantes universitarios (Elisondo, 2008a) observamos relaciones entre creatividad y participación en diversas actividades extraacadémicas. Los alumnos identificados como potencialmente más creativos demostraron una permanente apertura hacia experiencias diversas en contextos académicos y extra-académicos. Estos alumnos se destacaron por su participación en acciones educativas, culturales, sociales y artísticas que exceden los límites de los currículos oficiales pero que se vinculan estrechamente con su formación profesional.

Los aportes de las instituciones educativas al despliegue de la creatividad parecen ubicarse fuera de las aulas y de los programas

académicos. Son los contactos con profesores y grupos específicos, las actividades extras y el aprovechamiento de oportunidades disponibles en los contextos educativos (bibliotecas, prácticas, laboratorios) en general las que proporcionan mayores ocasiones para el despliegue de la creatividad. No obstante, en el caso de los científicos de la muestra es innegable la incidencia de la formación académica y de los conocimientos específicos adquiridos en la universidad, sin los cuales, las producciones posteriores hubieran sido imposibles. Disponer de conocimientos es indispensable para la creatividad, por lo tanto no debemos desconocer el papel de las universidades en la transmisión de contenidos disciplinares específicos.

Retomando planteos anteriores (Elisondo, 2008a), subrayamos la importancia de las oportunidades disponibles en los contextos de educación superior y del aprovechamiento que de las mismas realizan algunos sujetos. Cierta *uso* particular de las oportunidades puede observarse en las biografías de los creativos estudiados. *Hacerse tiempo* y hacer siempre un poco más de lo establecido aparece como una constante en los jóvenes universitarios de la muestra. Como veremos a lo largo del estudio, estas variables parecen ser determinantes en el proceso de despliegue de los procesos creativos.

Más personas significativas: referentes, mentores, compañeros

Además de los profesores, en la vida de los creativos aparecen más personas significativas que determinan el proceso de desarrollo de los potenciales creadores. Éstas contribuyen, desde distintos contextos y roles, ofreciendo apoyo moral, económico, educativo, laboral, etc. Sin estas vinculaciones, y tal como lo manifiestan los propios creativos, pareciera que el despliegue de la creatividad se hubiera visto dificultado. Durante la adolescencia y ante padres ausentes o autoritarios, aparecen otras figuras *paternales* en la vida de los creativos. Estas figuras ofrecen sostén afectivo y económico, orientan las decisiones de los jóvenes y los guían respecto de las carreras profesionales y artísticas.

En cierto modo, el hombre (un vecino) también se hizo cargo espiritualmente de aquella familia sin hombres que era la de Cortázar, y de ese chico sin padre, en quien había descubierto una gran inteligencia y avidez intelectual (Cortázar. En Colección, 2006: 17).

...el hermano mayor de Enrique le permitió dejar los estudios y comenzar a aventurarse en el mundo del espectáculo, pero bajo su tutela. Se había portado como un padre al ofrecerle la convivencia en una modesta vivienda... (Discípulo. En Colección, 2006: 26).

Si la infancia y la adolescencia de Julio estuvieron marcadas por la ausencia de su padre, también fueron magnetizadas por la influencia del imponente Nando, que desempeñó el papel de padre y abuelo al mismo tiempo. Le enseñó el respeto, la libertad y el tesón (Bocca. En Montoya, 2007: 31).

Las relaciones con los pares cobran una especial relevancia en la adolescencia y la juventud. En el caso de los creativos, observamos que aquellos que eran solitarios y aislados durante la infancia, comienzan a establecer relaciones con grupos de pares que les permiten compartir experiencias, lecturas y puntos de vista acerca de diversos temas y campos. Nuevas perspectivas y campos de interés surgen de los contactos que establecen con estos amigos y compañeros que sostienen posturas e ideologías diversas. Tal como mencionaremos luego, contextos específicos como bibliotecas, clubes, cafés, centros culturales comienzan a convertirse en espacios de reunión y aprendizajes para estos jóvenes. En estos lugares contactan con compañeros y *maestros* que les enseñan conocimientos básicos y los orientan respecto de lecturas y formas de desempeñarse en los distintos campos.

Las agrupaciones o asociaciones tienen gran importancia en la vida de los creativos, éstos van conformando diversos grupos en las distintas etapas de la vida. En muchas ocasiones, se reúnen con personas que a simple vista parecerían distintas a ellos pero con las cuales comparten intereses artísticos, políticos, ideológicos, educativos, etc. También veremos cómo en varias oportunidades,

los creativos de la muestra se encuentran en algún contexto particular, aunque se dediquen a actividades diversas. En algunos casos, los creativos de la muestra llegan a ser amigos, compañeros, tutores, discípulos, en otros casos, se generan polémicas y controversias, debido a opiniones discordantes respecto de los campos, ámbitos o la política.

Hablábamos de todo... Empezábamos con Baudelaire y terminábamos a lo mejor discutiendo la mejor manera de preparar uno de esos heroicos bifés a la portuguesa que nunca podíamos comer... (...) Tal vez allí Quinquela, con sus ojos aquerenciados en la Vuelta de Rocha, haya intuido el maravilloso colorido de todos sus cuadros... Y Riganelli encontrara el milagroso golpe para su cincel... y yo, yo mismo, tal vez haya encontrado allí, el acorde o el verso para una canción que llegó después... (Discépolo. En Galasso, 2004: 34-35).

Durante ese tiempo de antagonismos, por la mañana me sepultaba entre electrómetros y probetas, y anochecía en los bares, con los delirantes surrealistas (...) Pronto me vinculé con todo el grupo surrealista de Breton: Oscar Domínguez, Feret, Marcelle Ferri, Matta... (Sábato, 1998: 75-76).

...fundan, en un bar (...), un grupo al que llamaron “La guarida”. Entre ellos están Francisco Reta, Jorge D`Urbano, que luego sería un importante crítico musical y Eduardo Jonquieres, poeta y pintor (...) Debaten sobre poesía, pintura (...), ciencias, música (Cortázar. En Colección, 2006: 25).

...un agrupamiento nuevo, impulsado por Borges, surgió en octubre de 1927, el comité de jóvenes intelectuales yrigoyenistas, que integraba Borges como presidente, Uliyses Petit de Murat, Leopoldo Marechal, Macedonio Fernández (...) Roberto Arlt... (Borges. En Colección, 2006: 65).

Los creativos y sus pares además de reunirse a debatir, estudiar, pintar y componer, trabajaban en *empresas creativas*, como la publicación de revistas, la creación de muestras y cursos de arte

para obreros. La búsqueda de espacios para la exposición de sus ideas y obras es una de las actividades principales de los creativos y sus pares durante la adolescencia y la juventud.

...los rechazados del Salón Nacional tuvieron al fin su lugar propio: el “Primer Salón de los Recusado”, una sala dedicada exclusivamente a los artistas no admitidos en el Nacional (...) Allí Benito expuso sus obras: *Quinta en la Isla Maciel y Rincón del Arroyo Maciel* (Quinquela. En Colección, 2006: 35).

Participa en el Salón Independiente, organizado en repudio al Salón Nacional por su carácter conservador, excluyente de las tendencias modernas (...) Este “contrasalón” fue realizado en un subsuelo sito en Florida 458 al que se enviaron obras en principio destinadas al Salón Nacional (Berni.

www.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/arteargentino/02dossiers/berni/0_berni.php).

Las vinculaciones con maestros, profesores y mentores fuera de los contextos educativos formales son determinantes en la vida de los creativos. Entre otras cosas, ellos contribuyen enseñándoles conocimientos específicos indispensables para realizar una obra o producción creativa. Pocas dudas caben acerca de la importancia de contar con conocimientos actualizados y diversos sobre campos para realizar contribuciones creativas en los mismos. El conocimiento es uno de los elementos centrales para la generación de ideas y producciones creativas (Csikszentmihalyi, 1999; Weisberg, 1999; Sternberg y Lubart, 1997, 1999).

(Alfredo Lazzari)... primer profesor de quien Quinquela aprendió las nociones básicas del arte pictórico y a quien llevaría siempre en su corazón... (Quinquela. En Colección, 2006: 21).

(Cassinós Assens) fue uno de los grandes maestros, aunque más tarde Borges admitiría que en 1921, cuando regresó a Buenos Aires, conocer a Macedonio Fernández, mítico escritor argentino que lo introdujo en la

metafísica, fue una revelación (Borges. En Colección, 2006: 43).

Osado, se presentó en la casa que el pianista Arthur Rubinstein tenía en la capital argentina, con una pieza bajo el brazo. "Era una obra tan espantosa", recordaba entre risas, "que yo decía que había compuesto un 'concierto para piano', pero no le había hecho la parte de orquesta..." De todas formas, obligó a Rubinstein a leerlo, "y a medida que lo iba tocando, me fui dando cuenta del disparate que había hecho. El tocaba un poco y me miraba, y de repente me dice: ¿'Le gusta la música?'. 'Mucho maestro', le contesto yo. 'Entonces, porque no estudia?'" El mismo pianista polaco llamó por teléfono a su amigo, el compositor Alberto Ginastera, y le dijo que tenía a un joven ansioso de aprender (www.piazzolla.org.ar).

Tal como se lo planteó Rubinstein a Piazzolla, es imprescindible estudiar, disponer de conocimientos para desempeñarse en los campos. Algunos creativos adquieren los conocimientos necesarios en la educación formal, como por ejemplo el caso de los científicos, otros a partir de las relaciones con maestros y tutores y otros, mediante aprendizajes autodidácticos.

Además de orientarlos en el aprendizajes de los conocimientos básicos de cada campo, los *maestros* les ofrecen oportunidades diversas, les informan acerca de posibilidades (becas, concursos), los contactan con otros miembros del ámbito, les ayudan a tomar decisiones y a *encontrar el rumbo* y el *propio rumbo*. Podemos diferenciar en la vida de los creativos distintos tipos de maestros, los primeros maestros, que cumplen un papel decisivo en el inicio de las carreras profesionales o artísticas a partir de la transmisión de conocimientos básicos y de las orientaciones respecto de los campos y los ámbitos. Luego, aparecen otros maestros, con mayor reconocimiento dentro que los ámbitos que ayudan a los creativos a consolidarse en algunas perspectivas, aprender conocimientos más específicos y producir obras de mayor calidad y originalidad. En general, los creativos guardan

gran afecto y agradecimiento por sus maestros, profesores y mentores.

... me enseñó el misterio de la orquesta, me mostró sus partituras, me hizo conocer y a analizar a Stravinsky. (...) Seis años duraron las clases. ...escribía y escribía, durante diez años, sin parar, hasta que el año 53 Ginastera me llama y me dice que hay un concurso para compositores argentinos (...) el gobierno de Francia me dio una beca para estudiar con Nadia Boulanger, en París. (...) Ella me enseñó a creer en Astor Piazzolla, en que mi música no era tan mala como yo creía (www.astorpiazzolla.org/homepiazzolla.htm).

Tuve profesores y maestros de distinta nacionalidad, españoles, franceses como Alfred Metraux, que me indicaron, con alta sabiduría, el camino para empezar mis estudios y para meditar sin equivocarme demasiado (Yupanqui, 2008: 154).

Lo que sé es que Adolfo y yo nos hicimos amigos una tarde en que él me llevó a casa desde esta casa de San Isidro en la que ahora conversamos. Creo que hemos ejercido una influencia mutua (...) creo que si yo le he enseñado algo a Adolfo, él me ha enseñado mucho más (...) Adolfo me ha llevado a una mayor sencillez, a un desdén del barroquismo; en suma, el joven Adolfo Bioy Casares ha sido un maestro, digamos clásico, del ya viejo Jorge Luis Borges (Borges. En Ocampo, 1969: 70-71).

Güiraldes fue un guía espiritual y literario para Arlt, lo ayudó generosamente al emplearlo como secretario, y además leyó su manuscrito y lo acompañó con sus comentarios a la hora de corregirlo (Arlt. En Colección, 2006: 26)

La creatividad nunca es un proceso solitario, siempre supone de contactos con otros significativos. Observamos contribuciones de personas diversas y provenientes de distintos contactos a la obra creativa de las personas de la muestra. Grupos de pares, amigos, maestros, profesores, tutores, parejas han ayudado a los creativos en el camino de la creación, aportando distintos elementos indispensables para la consolidación de las respectivas carreras científicas y artísticas. Según Gardner (1993), contar con una

matriz de apoyo en el momento de avance es indispensable para el despliegue de la creatividad. En la vida de los creativos estudiados por Gardner, el apoyo afectivo y cognitivo (comprensión de las ideas creativas) necesarios es proporcionado por familiares, grupos de pares, profesores y mentores, entre otros (Policastro y Gardner, 1999).

En un interesante artículo Therivel (1999) se pregunta: *¿Porque Mozart y no Salieri?*. El investigador analiza porque Salieri no llego a ser un creador reconocido, teniendo en cuenta que fue un compositor que se vivió en la misma época y contexto que Mozart. Para el análisis recurre a los planteos de la Teoría GAM de la creatividad y concluye que la diferencia sustancial entre los compositores está da por la escasa *asistencia* que recibió Salieri. Retomando los planteos de la Teoría GAM de la creatividad (Therivel, 1999; Domino, Schmuck, y Schneider, 2002) subrayamos la importancia de las asistencias que han ofrecido estas personas (mentores, compañeros, profesores) y su incidencia en los procesos creativos. Se trata de *asistencias* diversas ofrecidas por personas que ocupan distintos roles en la vida de los creativos. Las asistencias suponen sostén afectivo, económico y social, orientaciones conceptuales acerca de los campos y sugerencias sobre los modos de actuar en los ámbitos especializados. Las asistencias también son variables y adquieren características particulares en función de las etapas vitales de los creadores y de los procesos creativos que estos desarrollan.

Espacios para la creatividad: bibliotecas, café, librerías, tertulias...

El universo (que otros llaman la Biblioteca) se compone de un número indefinido, y tal vez infinito, de galerías hexagonales, con vastos pozos de ventilación en el medio, cercados por barandas bajísimas (Borges. En Colección, 2006: 81).

Majestuosas vitrinas añadían un decoro severo a lo sombrío, y tras de los cristales, en los lomos de cuero, de tela y de pasta, relucían las

guardas arabescas y títulos dorados (Arlt. Aguafuertes Porteñas. En Colección, 2006: 17).

Es una constante en la vida de los creativos de la muestra, la búsqueda de espacios no formales en los cuales aprender, leer, intercambiar ideas, establecer contactos con personas significativas y expresarse mediante la pintura, la escritura, la música, etc. Las reuniones que se realizan en algunas casas, como la de Victoria Ocampo y las hermanas Lange, han sido centrales en el desarrollo de la cultura y el arte del país. En estas casas se reunieron personalidades de diversos campos, ámbitos e ideologías y se propiciaron intercambios que generaron variados productos creativos. Diferentes bibliotecas, librerías, tertulias han sido frecuentadas por los creativos, en estos contextos han adquirido gran cantidad de conocimientos acerca de los campos y los ámbitos específicos, se han contactado con pares, mentores y mecenas, han *presentando* sus primeras obras y recibido las primeras críticas y opiniones.

Empecé a hacerme la rabona. En vez de ir al normal, me iba a una librería que había en frente del colegio. Yo llevaba el mate y bollos para convidar al librero y el me prestaba libros, pero no eran libros de texto sino de teatro, de cuentos. Y así seguí unos meses hasta que un día le dije a mi hermano que no quería ser maestro de escuela sino actor (Discépolo. En Galasso, 2004: 29).

...Torre Nilsson comienza a concurrir al cineclub de la revista Gente de cine, donde conoce a aquellos directores que se convertirían en sus maestros y cuya influencia puede observarse en sus futuras películas (Torre Nilsson. En Colección, 2006: 24).

Benito siguió estudiando en el taller de la Sociedad Unión de la Boca hasta los veintiún años; y no aprendió solamente pintura, pues el centro reverberaba de arte y personalidades, de proyectos e ideas de avanzadas. Allí trabó amistad con el músico Juan de Dios Filiberto y conoció a pintores y grabadores (Quinquela. En Colección, 2006:22).

Vuelve para liderar la nueva generación de pintores en un programa contrapuesto social e ideológicamente al que lo lanzó a el mismo desde el Jockey Club (...) Berni se pone al frente de la Mutualidad Popular de Estudiantes y Artistas Plásticos, una brigada de pintores muy jóvenes que toman la arpillera como un medio básico de trabajo (...) se pinta con lo que se puede (Berni. En García, 2004: 97)

Así paso Atahualpa esos días tan duros, componiendo, cantando sin guitarra y aprovechando para estudiar, ya que podía acceder gratuitamente a la Biblioteca Nacional. Jamás en el pueblo había visto tantos libros juntos (Yupanqui. En Colección, 2006: 43).

Según Törnqvist (2004) los contextos y las oportunidades de comunicación disponibles en las ciudades son determinantes para el desarrollo de la creatividad. El autor analiza históricamente cómo ciertas características particulares de algunas ciudades han favorecido el despliegue de la creatividad en diversos campos. Desde la perspectiva del autor, son ciertos lugares de encuentro los que favorecen la comunicación, el intercambio y la creatividad. Plazas, cafés, bibliotecas, librerías, conferencias son espacios que propician la comunicación, el intercambio de ideas y la generación de productos creativos. Florida (2002) también ha destacado la importancia de los *espacios creativos* que se ofrecen en las ciudades. Según el autor, las ciudades que atraen a los creativos son aquellas en las que es posible encontrar diversidad y riqueza lugares culturales, artísticos y laborales.

Subrayamos la relevancia de analizar los espacios que frecuentan los creativos, ya que los mismos parecen ser determinantes de la creatividad ya que facilitan la comunicación, el intercambio, el ingreso a los ámbitos y el aprendizaje de conocimientos y reglas específicas de los campos. Tal como lo hemos mencionado, los creativos de nuestra muestra también se van encontrando en estos espacios, a pesar de pertenecer a campos y ámbitos distintos y tener ideas y perspectivas a veces no concordantes. Espacios como los que hemos señalado no solo

ofrecen oportunidades dentro de los campos específicos, sino que amplían los horizontes y las posibilidades de acción de los creadores.

Además de destacar la importancia de la existencia de estos contextos, enfatizamos el papel de los sujetos en la búsqueda de los mismos, en el uso de las oportunidades que en ellos se ofrecen y en la generación de nuevos espacios. Hemos dicho que la creatividad depende de la confluencia de factores subjetivos y contextuales, no caben dudas de que son importantes las ocasiones disponibles en los entornos, no obstante éstas no son suficientes para la creatividad, sino no son aprovechadas y significadas por sujetos motivados e interesados en desplegar sus potenciales creadores (Elisondo, 2008a).

A partir del análisis de planteos de autores especialistas (Morais, 2007; Harris, 2004, Chamorro-Premuzic y Furnham, 2003; Wolfradt y Pretz, 2001; Feist, 1999; Sternberg y Lubart, 1997) y de los resultados de estudios propios anteriores (Elisondo, 2008a), consideramos que la búsqueda de diversos contextos y la apertura a la experiencia son acciones que se vinculan estrechamente con la creatividad y las posibilidades de que esta sea desarrollada en situaciones disímiles. Según Costa y Mc Crae (1985 en Sternberg y Lubart, 1997), la apertura a la experiencia *-openness to experience-* se manifiesta en las personas abiertas que muestran una notoria curiosidad por su self interior y por el mundo que las rodea, y que además, permanentemente intentan experimentar cosas diversas.

Csikszentmihalyi (1996) sostiene que es importante para la creatividad estar en el lugar y momento oportuno y que esto depende en parte de la suerte. Acordamos con el autor, no obstante consideramos que el papel de los sujetos en la búsqueda de lugares, momentos y oportunidades no debe subestimarse. Las condiciones contextuales son necesarias, sin embargo, dependen en gran medida de los sujetos y de cómo estos las significan y aprovechan. Vemos en varias de las biografías, que los creativos se desarrollan en contextos no del todo favorables, los creativos buscan espacios alternativos y hasta aprovechan situaciones

adversas y complejas buscándoles el lado positivo o propicio para el despliegue de los potenciales. Consideramos que la motivación intrínseca y la convicción en las propias ideas (Sternberg y Lubart, 1997) deben jugar un papel relevante a la hora de sortear obstáculos y seguir en el camino de la creatividad.

Decisiones difíciles, pero necesarias

...¡hay temblores que son tan importantes! Porque anteceden a esa clase de decisiones que sacuden los cimientos de nuestra existencia y, aunque generen incompreensión, terminan repercutiendo en el destino de los demás. Los grandes creadores realizan sus obras bajo tensiones similares. Solo lo que se hace apasionadamente merece nuestro afán, lo demás no vale la pena (Sábato, 1998: 213).

Generalmente durante la adolescencia y la juventud, los creativos deben tomar decisiones importantes respecto del futuro. Por ejemplo, decidir ser artistas parece haber sido una elección difícil para algunos creativos, ya que encontraron resistencias en el contexto familiar basadas principalmente en prejuicios acerca de la imposibilidad de sostén económico a partir de la actividad artística. Cuestiones referidas al género, también han incidido en las decisiones vitales de los creativos. Por ejemplo, Victoria Ocampo tomó la decisión de ser escritora oponiéndose a lo prescripto socialmente (y familiarmente) para las señoritas de su época y clase social. Las decisiones de las mujeres han ocasionado resistencias en los contextos familiares, los ámbitos especializados y la sociedad en general.

Mi padres tenían miedo por mí del camino que me proponía seguir (...) Habían esperado otra cosa de mí, y yo los decepcionaba sustituyendo mi sueño por el suyo. (...) Al terminar el libro, Victoria pidió su opinión al famoso escritor, crítico e historiador francés Paul Groussac, amigo de su padre y director de la Biblioteca Nacional (...) Amablemente le sugirió que escribiera acerca de temas más femeninos, como memorias, cartas o diarios íntimos, y que olvidara los grandes temas. Victoria desoyó el consejo de

Groussac y de la sociedad toda y decidió ser escritora...
(Ocampo. En Colección, 2006: 40- 42).

Kirschenbaum y Reis (1997) entrevistaron a mujeres destacadas en el arte y observaron que la mayoría de los padres de las artistas han desalentado a sus hijas respecto de sus intereses y deseos de desempeñarse en el campo del arte. Las argumentaciones de los padres se vinculaban con estereotipos referidos al género y la improductividad económica del arte. Según Gruber y Wallace (1999) muchas mujeres han tenido grandes dificultades para construir proyectos de vida basados en el trabajo creativo independiente. Asimismo, los autores sostienen que las creativas han debido pagar altos costos y renunciar a otros roles, como los de esposa o madre, para poder dedicarse a los campos de interés.

También han influido en las decisiones aspectos éticos, Sábato decide abandonar la ciencia y dedicarse exclusivamente a la literatura, y políticos, Favaloro no acepta un trabajo y debe irse a La Pampa a ejercer como médico rural debido a que le exigían firmar un documento a favor del gobierno de turno.

...llegué a comprenderme mejor. A comprender mi abandono de la ciencia, habiendo llegado a un lugar tan importante, y los motivos éticos que influyeron sobre mí, y determinaron mi decisión (Sábato, 2004: 134).

Todo hacía suponer que su futuro estaba allí, en el Hospital Policlínico, siguiendo los pasos de sus maestros. Casualmente, en 1949, apenas recibido, se produjo una vacante para médico auxiliar. Accedió al puesto en carácter interino y a los pocos meses lo llamaron para confirmarlo. Le pidieron que completara una tarjeta con sus datos; pero en el último renglón debía afirmar que aceptaba la doctrina del gobierno. (...) Poner la firma en esa tarjeta significaba traicionar todos sus principios. Contestó que lo pensaría, pero en realidad sabía con claridad cuál iba a ser la respuesta (Favaloro. www.fundacionfavaloro.org/pagina_biografia.htm)

Las decisiones que los creativos toman están orientadas por sus motivaciones e intereses hacia los campos en los que se desempeñan y también por convicciones éticas, ideológicas y políticas. Estas dediciones han ocasionado múltiples resistencias y desacuerdos en distintos contextos (familiares, educativos, laborales, etc.). En muchas ocasiones, personas del entorno de los creativos han considerado que estos estaban equivocando el rumbo, se oponían a sus elecciones e intentaban convencerlos de sus errores. También es cierto que algunas decisiones son más conflictivas que otras, como así también que ciertas elecciones resultan más decisivas en la vida de los creativos.

La decisión estaba tomada en mi espíritu, pero debía arriesgarme en la lucha con quienes me tentaban con puestos importantes y me agobiaban con su certeza de la trascendente misión que yo debía a la física (...) Cuando a principios de la década del cuarenta tomé la decisión de abandonar la ciencia, recibí durísimas críticas de los científicos más destacados del país. El doctor Houssay me retiró el saludo para siempre. El doctor Gaviola, entonces director del Observatorio de Córdoba, que tanto me había querido dijo: “Sábato abandona la ciencia por el charlatanismo” (Sábato, 1998: 84-85).

¿Qué formas va a pintar de aquí en más? ¿Las del paisaje de su infancia (...) ¿O aquellas que procese su máquina mental durante el sueño producto de un surrealista que pinta, además, mientras duerme? Ni una cosa, ni la otra (...) Se va apagando, entonces, la música de ese Berni que interpreta las vanguardias europeas y se dispone otro que pinta por y para “romper los ojos”. Engendra desde el contraste (...) entre la tierra que trabajaron sus abuelos y ésta, la misma, que ahora no da trabajo y expulsa peones hacia la periferia (Berni. En García, 2004: 94).

Los creativos han tomado decisiones difíciles, han debido optar, asumir riesgos y oponerse a mandatos familiares y sociales. También tuvieron que resignar comodidades y bienestares persiguiendo sus intereses y deseos de desplegar sus potenciales creadores. Según Sternberg (2005) debemos comprender a la creatividad como decisión, gran parte de las posibilidades de

desarrollar las capacidades creativas depende de la voluntad y motivación de los sujetos. Vivir creativamente supone una decisión del sujeto como así también la asunción de los riesgos que esto conlleva. Las elecciones y decisiones de los creativos en cientos de casos podrían interpretarse como pactos desde la perspectiva de Gardner (1993). Según el autor, los creadores están tan embebidos intentando llevar a cabo sus obras y sus proyectos que sacrifican otros aspectos de la vida personal y familiar.

Es una historia que arranca en 1971, cuando Favaloro resignó un ofrecimiento para ganar dos millones de dólares anuales en Estados Unidos, para construir aquí su fundación (www.clarin.com/diario/2003/05/11/s-04501.htm).

“... los sacrificios que hizo Piazzolla por la música fueron notables: ciertos aspectos de su vida privada, su seguridad económica y, al final, su salud. Su compromiso con la música le exigió cumplir múltiples roles: fue compositor, arreglador, ejecutante y director, todo al mismo tiempo” (Azzzi y Collier en Piazzolla, Chavero y Fuentes Rey, 2002: 18)

Por mi obsesión de ser dibujante vine a Buenos Aires por segunda vez. Vivía en un cuarto de pensión con 4 tipos y todo era muy difícil (...) Publiqué en muchas revistas y llegué a trabajar en 6 publicaciones semanales a la vez, quedándome sin dormir una noche a la semana, no me acostaba, estaba 48 horas en pie... (www.quino.com.ar).

Julio tomó algunas decisiones en detrimento de esa carrera internacional, que fue a favor de la danza en Argentina. Hizo muchas cosas acá (...) creó el Ballet Argentino (...) una fundación (...) fue en detrimento de su carrera internacional. Bocca resigna carrera internacional (Montoya, 2007. Entrevista Radio Continental).

Algunas lecturas y personas significativas ayudaron a los creativos en las elecciones y decisiones. Por ejemplo, *El Arte* de Rodin, y *Los cazadores de microbios* de De Kruiff fueron libros determinantes en

las elecciones de los campos de Quinquela y Milstein, respectivamente. Las interacciones y los vínculos establecidos en los contextos definidos en el apartado anterior, contribuyeron en los procesos de toma de decisiones, de asunción de riesgos y de afrontamiento de obstáculos.

También observamos que ante los riesgos y las dificultades que implicaron algunas decisiones importantes, los creativos han sabido capitalizar y resignificar las situaciones que debían afrontar, *sacando provecho* de los nuevos contextos y situaciones que se les presentan. Contextos y situaciones no del todo favorables han sido convertidas por los creativos en oportunidades para desarrollarse y crear. Por ejemplo, Favaloro decide no aceptar un cargo en el Hospital y se va a un pueblito de La Pampa a desempeñarse como médico rural, esta etapa de su vida fue muy significativa, le permitió realizar múltiples aprendizajes y contribuir de manera destacada a partir de sus conocimientos y acciones con la comunidad. Sábato abandona la ciencia, se recluye en las sierras de Córdoba y *aprovecha* para escribir.

Nuevamente enfatizamos el papel de los sujetos en la resignificación de los contextos, la apropiación y aprovechamiento de los mismos. Las disyuntivas, los dilemas y las dualidades que acompañaron a los creativos durante largos periodos de sus vidas se fueron resolviendo o afrontando manteniendo fidelidad a las ideas, las convicciones y los intereses. No han sido procesos fáciles, no obstante los creativos los han sabido enfrentar asumiendo desafíos y *costos*, que luego, como veremos más adelante, serán recompensados de diferentes maneras. Tenacidad, osadía, energía, fuertes motivaciones internas, convicciones en las propias ideas, fidelidad, apoyo de personas significativas, parecen haberse conjugado en las etapas más complicadas de la vida de los creativos permitiendo sostener el pacto con la creatividad.

Primeras obras. Primeros *escándalos*

Las primeras obras de los creativos no siempre han sido bien recibidas por el público y por los ámbitos especializados, rechazo y

resistencia han acompañado las manifestaciones iniciales de la creatividad. Los escritores han tenido muchas dificultades para publicar sus primeros libros, los músicos han provocado escándalos en sus presentaciones y los pintores han luchado por ingresar a salas de exposiciones reconocidas.

Ese libro (El examen) no fue aceptado por un editor porque consideraba que era un libro que contenía demasiadas palabrotas, se hablaba de una manera muy vulgar... (...) ese mismo editor se ha tirado de los cabellos años después... (Cortázar, 1977. Entrevista Programa A Fondo).

No fue sencillo publicar *El juguete rabioso*. Los problemas de dinero de la editorial Proa impidieron que se publicara allí. Elías Castelnuovo, del grupo Boedo, a cuyas reuniones asistía Arlt, también rechazó la novela (Arlt. En Colección, 2006: 29).

El Túnel fue la única novela que quise publicar, y para lograrlo debí sufrir amargas humillaciones. Dadas mi formación científica, a nadie le parecía posible que yo pudiera dedicarme seriamente a la literatura. Un renombrado escritor llegó a comentar: "¿Que va a hacer una novela un físico!" (...) El Túnel fue rechazado por todas las editoriales del país (...) Finalmente, el préstamo de un generoso amigo, Alfredo Weiss, hizo posible la publicación en Sur, y fue inmediatamente agotada (Sábato, 2004:100-101).

Tal vez, la originalidad de las producciones y receptores no preparados para las mismas, hayan sido las causales de tantas dificultades y obstáculos. No obstante, los creativos han insistido, mantenido sus convicciones y luchado por el reconocimiento de los demás. Personas de los ámbitos, mecenas, grupos de pares y familiares, cumplen un rol importante en esta compleja etapa de la búsqueda de reconocimientos y oportunidades para presentar los productos creativos.

...ese estilo diferente fue lo que no atrajo al público masivo, que estaba atrapado en las redes del fácil cine comercial (Torre Nilsson. En Colección, 2006: 46).

El tango no tuvo éxito, el público no lo aplaudió, quizás ni siquiera alcanzó a desentrañar la letra, y una gritería descontrolada le exigió a la cantante otros tangos, los más conocidos (...) El público no entendía aquello, y, como siempre, cuando algo no se entiende se rechaza. Para el público aquello no era tango (Discépolo. En Colección, 2006, 2: 47-48).

La obra de Piazzolla ganó el primer premio y fue estrenada en la Facultad de Derecho, por entonces insoslayable auditorio dedicado a la música clásica (...) La sorpresa del público fue grande, y derivó en un escándalo incontenible (Piazzolla. En Colección, 2006: 43).

Dos años pasaron pintando y reuniéndose a conversar, pensando cómo podrían dar a conocer su obra, ya que el Salón Nacional –principal galería de la ciudad– se negaba sistemáticamente a admitirlos (Quinquela. En Colección, 2006: 35).

La obra de Berni, su personalidad y su discurso exigían visibilidad y protagonismo. El primer impulso está en negar la autoridad del Salón y a expensas del liderazgo de Botana, juntar a los rechazados en una muestra alternativa...(Berni. En García, 2004: 139).

Luego de la lucha por el reconocimiento y la exposición de las obras, los creativos logran que los ámbitos especializados y el público en general comience a tenerlos en cuenta. En esta etapa se inician una serie de comentarios y críticas, a veces favorables y otras no tanto, en revistas, diarios y publicaciones de la época. También cumplen un papel destacado en esta etapa, de inicio y de ingreso a los ámbitos, los premios y las distinciones que reciben los jóvenes creativos. Estos premios obviamente también dependen de los ámbitos, ya que son personas pertenecientes a los mismos quienes lo otorgan. Podríamos distinguir dos tipos de premios y distinciones en la carrera de los creativos, los primeros premios, que generalmente les son otorgados cuando sus obras comienzan a ser publicadas o presentadas, y los premios que les

otorgan en la adultez y vejez en reconocimiento a la labor desarrollada y los logros obtenidos.

Los premios y los comentarios en revistas también generan oportunidades económicas y de formación, por ejemplo Piazzolla luego de obtener el premio a la mejor obra del año fue becado por el gobierno francés y de esta manera logró adquirir conocimientos y experiencia de una reconocida pedagoga y musicóloga francesa. Quinquela vende su primer cuadro luego un artículo dedicado a su vida publicado en la revista Fray Mocho. El premio obtenido en Moscú por Julio Bocca cambia el curso de su carrera profesional.

Ingresar a los ámbitos, el reto de la adolescencia y juventud

Ingresar a los ámbitos especializados es el desafío que los creativos tienen en esta etapa de la vida, para ello deben superar obstáculos y sobreponerse ante algunas adversidades. El vínculo con ciertas personas (mentores, maestros, pares, familiares), las interacciones en contextos particulares (bibliotecas, librerías, tertulias, cafés), las lecturas, los aprendizajes autodidácticos, han ayudado a los creativos a transitar esta etapa con cierto éxito. No obstante, cabe destacar algunos rasgos de personalidad que han incidido durante estos procesos y la fuerte motivación intrínseca hacia los campos y las actividades de interés. Ser audaces, inquietos, inconformistas, activos, abiertos a diversas experiencias, tener fuertes convicciones son características de personalidad que hemos observado en las biografías de los creativos y que han sido definidas previamente por los investigadores como asociadas a la creatividad (Sternberg y Lubart, 1997).

Mientras que en la infancia, algunos eran solitarios y retraídos, en la adolescencia y juventud, tal vez a partir de la necesidad de hacer lo que les gusta y ser reconocidos, comienzan establecer mayores relaciones, vincularse con distintos grupos y desempeñarse en diversos contextos. Gardner (1993) sostiene que los creadores dedican gran parte de su energía en la autopromoción, es decir en acciones destinadas a atraer la atención de los demás. La búsqueda de espacios donde desarrollar la

creatividad, manifestarse y aprender es una constante en los creativos, que aprovechan todas las ocasiones y oportunidades que se les presentan y no dudan en hacer *sacrificios* (laborales, económicos, familiares, personales, de salud) y pactos (Gardner, 1993), en defensa de sus intereses y proyectos de despliegue de la creatividad.

Adulthood. Create and be recognized

La adultez es una etapa de la vida en la que los creadores disponen de mayores *recursos* para desplegar la creatividad. Estos recursos están asociados a la disponibilidad de mayor tiempo para la labor creativa, ya que no deben realizar otros trabajos y pueden dedicarse exclusivamente a los campos de interés. Además del tiempo, los creativos tienen contactos, pertenecen a grupos importantes y cuentan con el reconocimiento de los ámbitos y también de la sociedad en general. Asimismo, han consolidado conocimientos y técnicas que les permiten realizar obras de mayor calidad.

Los vínculos con personas significativas también son muy importantes en esta etapa, se fortalecen relaciones y se generan nuevas interacciones, alumnos y discípulos cumplen un papel destacado en la adultez y la vejez de los creativos. En la madurez, los creativos comienzan a ubicarse del otro lado de los ámbitos, es decir ya no son los evaluados sino los jueces y los árbitros, dejan de ser alumnos y discípulos para convertirse en maestros y mentores. Otros hechos significativos en la adultez de los creativos analizados se asocian con los contextos políticos de la época. La gran mayoría de los creativos han tenido *dificultades* con los gobiernos y los políticos de turno. Estas *dificultades* han determinado en muchos casos el exilio, como veremos luego, dentro y fuera del país.

Vivir trabajando en los campos. Mecenas y benefactores

En la adultez los creativos logran trabajar sólo en los campos de interés, es decir abandonan aquellas labores que poco se vinculaban con sus motivaciones y que les han servido como un medio de subsistencia. En esta etapa tienen ocupaciones estrechamente relacionadas con los campos y ámbitos de interés. Dictar clases, conferencias, componer canciones para películas, escribir guiones, entre otras tantas, son actividades que realizan los creativos en esta etapa. Asimismo, las colaboraciones en diarios y revistas como por ejemplo *La Nación*, *El Mundo*, *Crítica*, *Nosotros*, han sido uno de los trabajos más frecuentes de los escritores.

Para lograr esta dedicación exclusiva a los campos de interés, los creativos han debido encontrar mecenas y benefactores y convencerlos acerca del valor de sus producciones. Así como en cierto momento algún profesor o maestro, dentro o fuera del sistema educativo formal, reconoce algo *distinto* en los futuros creadores, también hay una etapa en la carrera de los mismos en la cual los avances y las producciones no serían posibles sin el apoyo económico de mecenas y benefactores. Ellos son los que hacen posible las publicaciones, las muestras de arte, los trabajos de investigaciones, etc. Estas personas también cumplen un rol significativo en el proceso de despliegue de la creatividad, ya que *creen* en las producciones y capacidades de los creativos y les ofrecen los recursos necesarios para mostrar dichas obras, *vendarlas*, hacerlas públicas.

... su amigo Facio Hebercquer (...) le presentó al que sería una de sus amistades más influyentes: nada menos que el director de la Academia Nacional de Bellas Artes, Pio Collivadino. Don Pio fue un generoso mecena, que además de compartir su amistad con Benito, abriría para él las puertas del mundo del arte “prestigioso” (Quinquela. En Colección, 2006: 40).

(...) es en este escenario de crisis de las universidades que, durante los últimos meses de 1946, el doctor Houssay se reúne con el industrial Jaime Campomar a instancias del cuñado de este, el doctor Carlos E. Cardini.

El señor Campomar ofrece el apoyo económico necesario para crear el Instituto de Investigaciones Bioquímicas (...) El objetivo inmediato asignado al nuevo instituto fue sostener la actividad del grupo dirigido por el doctor Luis Federico Leloir. (<http://www.cienciahoy.org.ar/hoy41/campo1.htm> 10-02-09).

Se le debe reconocer a Victoria todo lo que hizo por difundir la cultura universal (...) fue quien creó aquella revista, que jamás habría alcanzado su notable transcendencia sin la insaciable voracidad que tenía ella por la cultura, las artes y las letras del todo el mundo (Sábado, 1998:94-95).

Además de sus obras literarias, Victoria Ocampo ha realizado importantes contribuciones a la cultura del país, en tanto ha facilitado la publicación de las producciones de una importante cantidad de autores nacionales e internacionales y ha posibilitado las interacciones entre personalidades destacadas de diferentes ramas del arte. A pesar de ser una figura controvertida y polémica, que ha recibido críticas de varios sectores, no puede negarse que ha sido una de las grandes mecenas de la cultura argentina

Los representantes o *managers* también son importantes en los procesos de despliegue de la creatividad, ya que atienden cuestiones administrativas, burocráticas y económicas, otorgándoles a los creadores tiempo, espacio y dinero para dedicarse de lleno a la creación. Los representantes asesoran a los creativos sobre un aspecto central de la creatividad, la *promoción y venta* de los productos y las obras.

...el primer desafío de Lino (Patalano) consistió en cambiar la imagen estereotipada del bailarín clásico, abrir mercados y hacer que Julio bailara lo máximo posible con las compañías más prestigiosas del mundo (Bocca. En Montoya, 2007: 147).

Según Sternberg y Lubart (1997) no basta con desarrollar procesos y productos creativos, éstos deben ser comunicados, *vendidos*, puestos a consideración de los ámbitos específicos y de la sociedad

en general. En la promoción y venta de los productos creativos, es central el papel que cumplen las habilidades prácticas en tanto componente de la inteligencia. Debido a que las ideas creativas frecuentemente son rechazadas, es muy importante que las personas aprendan a comunicar sus ideas y productos eficazmente y a persuadir a los demás respecto del valor de los mismos (O'Hara y Sternberg, 1999).

Vivir del trabajo creativo es un gran desafío para los creadores. La mayoría de los creativos de nuestra muestra logran en la adultez alejarse de trabajos desvinculados de sus intereses principales y dedicarse de lleno a la actividad de creación. Sin embargo, este logro de los creativos no es mérito sólo de ellos, mecenas y representantes hacen posible la dedicación exclusiva a los campos específicos. Esta dedicación exclusiva, unida a la experiencia, los conocimientos y los logros previos, se vincula positivamente con la mayor productividad de los creadores en esta etapa de la vida.

Otros significativos: más reuniones, tertulias y cafés

Aquí se puede conversar, hablar, beber con medida, y tener medida para conducirse. Pero sólo el arte y el espíritu tienen el derecho de manifestarse aquí sin medida (Leyenda del Café Tortoni, originariamente escrita en francés).

La creatividad es un proceso social, los creativos siempre necesitan de otros, mentores, compañeros, mecenas, discípulos, amigos. Hemos dicho que en la adolescencia y la juventud, pares y tutores cobran especial relevancia en el proceso de despliegue de la creatividad, la adquisición de los conocimientos necesarios y el ingreso a los ámbitos. En la adultez, se consolidan algunas relaciones, como por ejemplo las de pareja y aparecen nuevas figuras, los discípulos y los alumnos.

Los cafés, las casas, las bibliotecas siguen siendo espacios propicios para reunirse con creativos, del propio campo o de campos diversos, debatir e intercambiar ideas, evaluar obras y generar proyectos. Estos contextos continúan favoreciendo el

aprendizaje de conocimientos específicos y la expresión de la creatividad. Asimismo, en estos espacios comienzan a generarse proyectos que van más allá de los campos específicos y que han significado importantes contribuciones sociales. En estos espacios, como por ejemplo el Café Tortoni y la casa de Victoria Ocampo han compartido tertulias varios de creativos de la muestra, aunque pertenezcan a campos diversos.

Los encuentros en la casa de Victoria significaron para mí una segunda formación, una nueva universidad... (Sábato, 1998: 95).

La segunda pasión a la que dedicó Quinquela sus años maduros fue aquella que había comenzado a despuntar cuando era joven con sus sociedades de artistas independientes, y que había ido creciendo en la Peña del Tortoni: la de la reunión social, el intercambio de opiniones y la libertad de pensamiento, que se tradujo en la creación de nuevos y originales espacios culturales (Quinquela. En Colección, 2006: 87).

... el bar "El Cairo", en Rosario, se había transformado ya en el sitio de encuentro de la "mesa de los galanes", después inmortalizada en uno de los libros del humorista: una veintena de hombres se reúnen todas las tardes y lo fantástico es que no se habla de nada importante, es la insoportable levedad de la conversación.

(<http://www.negrofontanarrosa.com/biografia/fb.asp>).

En varios de los casos analizados, las relaciones con los cónyuges son determinantes del proceso de despliegue de la creatividad. Observamos diversidad entre los creativos respecto de sus relaciones amorosas, algunos sostienen relaciones conflictivas con sus parejas donde predominan la peleas, la separaciones y los nuevos amores, otros, conviven siempre con la misma pareja y reconocen el apoyo que estas les han brindado durante su carrera.

Cierto es que conocí momentos de estrechez económica, pero en todo caso quien se sacrificó fue mi esposa, pues yo hallaba recompensa con creces en la posibilidad de trabajar. Ella no sólo aceptó la modestia económica sino que me ha ayudado constantemente en mis

trabajos, con competencia y sin exteriorización alguna (www.houssay.org.ar).

Reivindico con emoción el profundo apoyo que Matilde me dio en ese momento (abandono de la ciencia). Ella jamás consideró que yo debiera hacer otra cosa que consagrarme a lo que mi intuición que señalaba, y nunca me recriminó las comodidades que nuestra familia habría de perder (Sábato, 1998: 85).

Toni fue su compañera de toda la vida, y lo ayudó con amor y tesón (Favaloro. En Colección, 2006: 37).

Esposas y compañeras no solo representan apoyos afectivos sino que muchas de ellas se convierten en colaboradoras. Varios de los creativos han trabajado en colaboración con sus parejas, estas asociaciones parecen haber sido productivas y creativas. Entre estas asociaciones podemos citar las parejas Silvina Ocampo-Adolfo Bioy Casares, Carol Dunlop-Julio Cortázar, Beatriz Guido-Torre Nilsson. Algunas compañeras o esposas no han sido tan reconocidas, o han preferido el anonimato, como por ejemplo las esposas de Sábato, Yupanqui, Milstein, no obstante colaboraron significativamente en la obra de los creativos.

Csikszentmihalyi (1996) ha observado que la mayoría de los creativos entrevistados tenían relaciones maritales estables y satisfactorias. En nuestro estudio, visualizamos variabilidad en cuanto a las relaciones maritales, algunos de los creativos han construido uniones estables y duraderas y otros, vínculos conflictivos y discontinuos. En varios casos, las primeras relaciones no se consolidan, pero luego, los creativos encuentran personas con intereses singulares que los acompañan y ayudan a lo largo de la vida.

Nos interesa resaltar una idea, a nuestro criterio, importante para analizar los procesos creativos: la creatividad nunca es un proceso solitario. Contrariamente a los estereotipos y teorías implícitas que asocian la creatividad al aislamiento, los análisis realizados nos indican que el desarrollo de procesos creativos es poco probable sin la interacción de los creativos con otros significativos. Estos *otros* aportan distintos elementos al proceso,

sin los cuales la producción creativa sería imposible. Recursos materiales y emocionales, conocimientos, juicios, saberes prácticos, sostenes, son algunos de los aportes de los otros que determinan los procesos y la generación de obras y productos creativos.

Los ámbitos desde la otra vereda

En la adultez, los creativos comienzan a formar parte de los ámbitos especializados, ahora son ellos quienes tienen las funciones de *guardianes del campo*. Desde los cargos importantes que ocupan en Revistas, Asociaciones, Sociedades, Organismos, se dedican a evaluar obras y producciones de otras personas y de esta manera también contactan con otros creativos y futuros miembros de los ámbitos. Por ejemplo, Borges siendo director de la Revista Anales de Buenos Aires, es quien evalúa y decide la publicación de una de las primeras obras de Cortázar: Casa Tomada. Borges también cumple un papel destacado en la introducción a los ámbitos especializados de otros jóvenes escritores como Bioy Casares.

He discutido con el autor los pormenores de su trama, la he releído; no me parece una imprecisión calificarla de perfecta (Prologo escrito por Borges en La invención de Morel de Bioy Casares).

Julio fue también jurado del Concurso Internacional de Ballet de Nueva York, una actividad que nunca antes había desempeñado... (Bocca. En Montoya, 2007: 374).

Los creativos también se convierten en mentores y tutores de jóvenes interesados en los campos. En esta etapa de la vida, se consolidan las relaciones con los discípulos, a quienes les transmiten de conocimientos y valores importantes y necesarios para continuar con las obras iniciadas. En el campo científico, la formación de becarios y la consolidación de equipos de investigación es una tarea que se orienta en este sentido y que los creativos de la muestra han sabido llevar a cabo con éxito, dejando *grandes herencias* y realizando contribuciones magníficas a la ciencia en particular y a la sociedad en general. Según Csikszentmihalyi

(1996), el tema de la sucesión llega a ser una de las preocupaciones más importantes de los creativos durante la adultez y la vejez.

Babsy fue el hombre que más me ayudó, sobretodo porque él creyó en mí (Leonardo Favio sobre Torre Nilsson. En Colección, 2006: 77).

Una de las mayores satisfacciones que he tenido es la calidad de mis discípulos que trabajan full-time y que dan ejemplo de amor a la ciencia y de abnegación, desinterés pecuniario, esfuerzo casi ilimitado (www.houssay.org.ar).

Las rivalidades y los conflictos con colegas comienzan a ser más frecuentes en esta etapa, donde los creativos ocupan espacios destacados dentro de los campos y los ámbitos. Las opiniones de los creativos, que ya son reconocidos no solo por los miembros de los ámbitos especializados, sino por la sociedad en general, no pasan desapercibidas, generando muchas veces polémicas y convirtiéndolos en figuras controvertidas. La mayoría de los creativos de la muestra son figuras polémicas, rebeldes y discutidas que han causado tanto admiración como odio. No es el objetivo de este estudio *defender* a los creativos, nos interesan sus obras y sus contribuciones a los campos específicos. En algunos casos, no acordamos en ciertas posturas que algunos puedan haber asumido, especialmente las referidas a otros campos. Tal vez, ser polémicos y despertar admiración y rechazo al mismo tiempo, sea una característica de la complejidad inherente a la personalidad de los creativos.

Entre premios y no-premios, nadie es profeta en su tierra...

La creatividad con mayúsculas depende, en gran parte del reconocimiento de los ámbitos especializados y de la sociedad en general. Este reconocimiento muchas veces está vinculado a los premios que otorgan diversas instituciones para distinguir a personalidades destacadas. Los creativos de la muestra han recibido importantes distinciones internacionales, como por ejemplo el premio Nobel, Cervantes y nacionales como el premio

Konex. Los creativos también han sido distinguidos por universidades nacionales e internacionales con el grado de Doctor Honoris Causa.

Distintos tipos de galardones han recibido los creativos de la muestra a lo largo de la vida. Cabría diferenciar, al menos, dos tipos de premios, por un lado, aquellos que obtienen durante la juventud y que les permiten comenzar a ingresar a los ámbitos especializados y por el otro, los que reciben en la adultez y vejez como reconocimiento a la labor realizada y a la trayectoria. Asimismo, algunos premios se vinculan con obras o producciones concretas (libros, pinturas, obras musicales, descubrimientos científicos, etc.) y otros, con toda la labor desarrollada por los creativos.

El proceso de asignación de premios pocas veces es pacífico, luchas entre distintos sectores dentro de los ámbitos y de la sociedad en general, caracterizan este proceso, como así también el período posterior al otorgamiento de la distinción. Nos referimos en el título de este apartado a la expresión entre premios y no-premios, en tanto la mayoría de los creativos de la muestra han sido distinguidos, pero también no han recibido premios, que algunos miembros de los ámbitos y de la sociedad en general consideraban que merecían. Atender a los *no-premios* creemos es relevante en tanto demuestra la lucha entre distintos sectores encargados de otorgar las distinciones. El no-premio Nobel de Borges parece ser una de estas distinciones que nunca llegan a pesar de las opiniones de especialistas y de la sociedad en general.

Los no-premios a veces, generan mayores repercusiones que los premios. Los defensores de los no-premiados manifiestan su descontento y señalan argumentos a favor de los no-premiados. Asimismo, los no-premios no solo dependen de los miembros de los ámbitos encargados de las distinciones, sino que, en ocasiones, están también asociados a posiciones políticas y a los gobiernos de turno. Si, tal como expresamos en párrafos anteriores, los creativos fueron censurados y expulsados por algunos gobiernos, no cabría esperar que recibieran *premios oficiales*. Cuando los creativos recibieron premios a pesar de estar prohibidos (los

creativos, no los premios), se procuró *ocultar o desvalorizar* las distinciones otorgadas. Algunos premios, como los científicos, tienen *muy poca prensa* o son *borrados* de los medios masivos de comunicación en unos pocos días.

Foglia recordó: *grande fue, sin embargo, nuestra sorpresa al observar el silencio oficial en estas circunstancias, la escasa publicidad por los medios habituales y la dificultad o prohibición de homenajes públicos. Ni siquiera se pudo pasar el noticiero de cine mostrando los actos de entrega del premio en Estocolmo (...) Pero ¡nadie es profeta en su tierra!* (www.houssay.org.ar)

Hubo repercusión, salió en los diarios, pero no paso nada. A los pocos días de que Leloir sacara el premio Nobel (...) Monzón ganó el título mundial de boxeo, a atención de la gente y de los periodistas paso de Leloir a Monzón y ya Leloir no volvió más por mucho tiempo... (Parodi. En Leloir 10 minutos de historia. Canal Encuentro).

En 1984, a propósito del premio Nobel otorgado a Milstein, Luis Federico Leloir afirmó que había sido el reconocimiento a una carrera brillante pero –aclaró– *en este caso no sé si los argentinos debemos ponernos contentos o tenemos que lanzarnos a llorar. No sé si realmente es un día de fiesta para nosotros o si es un día negro. Sirve para que reflexionemos porque lo cierto es que, aunque lo intentó, no pudo trabajar en la Argentina*

(www.medicinabuenosaires.com/revistas/vol6505/6/Tres%20Premios%20Nobel%20argentinos.pdf).

Nadie es profeta en su tierra, es una expresión que se aparece en varias de las biografías de los creativos estudiados. Generalmente, el reconocimiento internacional aparece primero que el nacional. A muchos de los creativos les ha costado más entrar a los ámbitos nacionales que a los extranjeros. Mientras que en el exterior gozaban de reconocimiento de los ámbitos y de lugares privilegiados dentro de obras, exposiciones y competencias, en nuestro país debían luchar por premios, por *prensa*, por espacios y por recursos.

Por primera vez la Argentina obtuvo un triunfo en la Bienal de Venecia. 19 millones de argentinos deben ignorar a Berni, alguien de quien se ocupan todas las revistas especializadas y los comentarios europeos (Comentario en Revista Leoplán. En García, 2004: 244)

Su regreso a Buenos Aires significó retomar el puesto de refuerzo del cuerpo de baile y conformarse con un estatuto subalterno, que contrastaba cruelmente con la categoría de primera figura de la que gozaba en Río (...) lo único que conseguía en el Colón eran pequeños papeles sin gran interés técnico ni interpretativo (Bocca. En Montoya, 2006: 89-91).

Subrayamos la importancia de analizar los procesos de asignación de premios, teniendo en cuenta tanto los otorgados como los negados, como así también las repercusiones de dichos procesos en los ámbitos y en la sociedad en general. Los procesos de asignación de premios parecen estar condicionados no solo por las luchas entre distintos sectores de los ámbitos sino también por los contextos políticos y sociales de cada época. La asignación de premios es un proceso interesante de analizar en tanto en el confluyen diversidad de condicionantes que muchas veces exceden los campos y ámbitos específicos de producción artística, cultural o científica. Asimismo, los creativos de la muestra no solo son los premiados o no-premiados, sino que también se constituyen en jueces de las comisiones y guardianes de los ámbitos (Csikszentmihalyi, 1996), lo cual complejiza aún más los procesos y el análisis de los mismos.

Más allá de los campos específicos

La obra de los creativos no se limita a un solo campo, la amplitud de intereses y contribuciones también parece ser una característica que los define. En la adultez, los creativos logran avances y *revoluciones* dentro de los campos y ámbitos en los que trabajan y comienzan a conectarse con otros campos y a relacionarse con otras personas. Según Csikszentmihalyi (1996) “a medida que los

individuos comienzan a ser conocidos y a tener éxito, inevitablemente asumen responsabilidades que van más allá de las que les hicieron famosos...” (: 237).

Gran parte de los creativos de la muestra se desempeñan en diversos campos: Sábato además de escritor fue un físico reconocido y también ha incursionado en el campo de la pintura; Arlt no solo articuló periodismo, literatura, y realizó obras de teatro, sino que trabajó en invenciones como *las medias eternas* (medias con puntera y con talón reforzado con caucho o derivados); Victoria Ocampo también se dedicó, entre otras tantas cosas, a la música. Enrique Discépolo fue compositor, actor y director teatral y cinematográfico. Fontanarrosa no solo se dedicó al humor gráfico sino que también realizó destacadas producciones literarias. María Elena Walsh primero fue cantante de folklore y luego se dedicó a la literatura infantil. Favaloro escribió algunos libros que excedían el campo de la medicina, como por ejemplo *Don Pedro y la educación*, *Memorias de Guayaquil* y *¿Conoce usted a San Martín?* Además de la lectura y la escritura, los deportes apasionaban a Bioy Casares.

Asimismo, los creativos buscan articulaciones entre sus producciones y otros campos, por ejemplo, algunas producciones literarias han sido convertidas en obras de teatro o películas. Torre Nilsson filmó películas en base a textos de Borges, Arlt y Bioy Casares. La música y la literatura se han unido en algunas producciones, como así también música y el cine. Piazzolla trabajó con obras de Borges y Sábato y compuso música para más de cuarenta películas nacionales e internacionales. Julio Bocca produjo espectáculos en los que se interpretaban composiciones de Piazzolla. Vinculaciones entre creativos de la muestra se produjeron gracias a esta búsqueda de articulaciones entre campos. Tal como ya habíamos manifestado, muchos de los creativos se encuentran en espacios específicos como cafés, tertulias, proyectos en común también generan contactos y *asociaciones* entre creativos de diversos campos.

Crear y participar activamente en instituciones, organizaciones, asociaciones también han sido contribuciones que

los creativos han realizado a los campos, a los ámbitos y a la sociedad en general. Es innegable el aporte que Houssay ha realizado a la ciencia argentina no solo a partir de su trabajo como investigador sino también como fundador del Consejo Nacional e Investigaciones Científicas y Técnicas y promotor de institutos de investigación. Favaloro formó una reconocida fundación dedicada a la investigación, la docencia y la atención médica y creó una universidad. Además colaboró activamente en la organización de congresos y eventos internacionales sobre cardiología, condujo programas televisivos y realizó publicaciones sobre prevención y educación para la salud. Sábato dirigió la CONADEP y actualmente, preside una Fundación, que lleva su nombre, cuyos objetivos son crear trabajos sociales que alivien la grave situación de desamparo y abandono en la que viven los niños, crear un programa centrado en la educación, la cultura y el arte, ayudar a la preservación de antiguas cultura, ayudar y colaborar en las luchas por los derechos humanos, crear espacios de preservación del medio ambiente y cuidar la obra de Ernesto Sábato. Torre Nilsson participó en el Movimiento de Recuperación del Cine Argentino. Discépolo formó parte del consejo directivo de la Sociedad Argentina de Autores Intérpretes y Compositores, al igual que María Elena Walsh. Alfonsina Storni militó activamente en el gremialismo literario de su época. Victoria Ocampo participó en organizaciones como la Unión de Mujeres Argentinas, la Comisión Argentina de Ayuda a los Intelectuales españoles y fue una de las fundadoras de Acción Argentina, un organismo formado para investigar e impedir la infiltración nazi-fascista en Argentina. Quinquela Martín ha creado mucho más que cuadros, hospitales, escuelas, jardines de infantes, lactarios y escuelas de arte también se encuentran entre su generosa obra.

La obra de los creativos excede ampliamente los límites de los campos específicos en los que se desempeñaron, muchos de ellos lograron realizar importantes contribuciones a la sociedad a partir de la participación y creación de distintas instituciones. Los creativos demuestran una permanente apertura hacia experiencias diversas, situaciones que van más allá de los campos y ámbitos de conocimientos. Luego de lograr reconocimiento y *estabilidad* en las actividades primarias (música, ciencia, literatura, etc.), los creativos

deciden ampliar sus horizontes de acción y dedican gran parte de sus energías al trabajo en *nuevos* campos y contextos, siempre buscando articulaciones entre los campos, los ámbitos.

Root, Bernstein y Garnier (1995) estudiaron hábitos de trabajo y tiempo libre de científicos destacados. Entre los resultados más importantes, observaron que los científicos se dedican a actividades en diversos contextos (artísticos, culturales, deportivos, etc.) y que dichas actividades se vinculaban con sus logros en la ciencia. Los éxitos que han logrado la mayoría de los científicos se deben principalmente a experiencias diversas fuera de las clases y los laboratorios. Los científicos perciben interacciones entre desempeños en la ciencia, hobbies y energía física, consideran que los problemas son tratados de diferente manera si se poseen talentos e intereses múltiples.

Gruber y Wallace (1999) consideran que la participación en múltiples *empresas* y proyectos es una de las facetas que define a los creativos. Los autores consideran que la simultaneidad de múltiples emprendimientos es un patrón que define al trabajo creativo, como así también la continuidad en el tiempo de dichos proyectos. Los creativos se dedican a proyectos que en ocasiones parecen desarticulados, sin embargo, en algunos momentos específicos, las acciones se integran, las informaciones y los recursos disponibles se reúnen y se logran avances importantes en las líneas principales de trabajo de los creadores.

Interés y dedicación a múltiples empresas y apertura a experiencias diversas son rasgos que definen a los creativos de nuestro estudio. Estos rasgos son determinantes en los procesos de creación, los creativos, a partir de sus experiencias en las diversas empresas, acumulan infamaciones, ideas, problemas, preguntas y respuestas que luego son *utilizadas* en la producción de sus obras. De esta manera, la resolución de problemas científicos, la creación textos literarios, pinturas, películas, tiras cómicas, entre otros procesos de creación, se vinculan con acciones cotidianas de los creativos en diversos contextos formales e informales. Caminatas, contemplaciones del entorno natural y social, participación en eventos culturales y de tiempo libre, *charlas* con

personas que nada tienen que ver con los campos y los ámbitos, juegos con niños, son algunas de las actividades que generan materias primas para la creatividad.

El mundo como contexto

Todos los creativos de la muestra han realizado en alguna etapa de la vida viajes al exterior, en algunos casos con estancias prolongadas en países como Francia, España y Estados Unidos. Distintas situaciones han motivado los viajes y las estancias en el extranjero de los creativos, el exilio y la formación son las que se destacan. Muchos de los creativos han tenido relaciones conflictivas con los gobiernos de turno. Independientemente de las orientaciones políticas, casi todos los creativos de la muestra en algún momento de la vida han sido censurados, cesanteados, perseguidos, encarcelados o han tenido que irse del país. La frase de Atahualpa Pienso, *luego exilio* ilustra claramente la situación de muchos de los creativos, que *a causa de sus pensamientos*, han debido marcharse del país.

...cada vez que se produce un cambio de gobierno me encuentro con un funcionario que en lugar de escucharme, me endilga largas disertaciones de cómo tengo que hacer mis películas. (...) Podría trabajar fuera del país y no quiero hacerlo porque quiero trabajar en mi país. Y necesito libertad. Sin libertad no se puede hacer cine... (Torre Nilsson, 1978. En Colección, 2006: 131).

... junto con personas representativas había firmado un manifiesto en 1943, (...) Recibió entonces ofrecimientos importantes del exterior negándose a ellos... (www.houssay.org.ar).

La persecución política de los intelectuales y científicos liberales se manifestó como una «vendetta» contra el director del instituto en el que trabajaba. Esto forzó mi renuncia y posterior regreso a Cambridge... (Milstein, 1984. http://nobelprize.org/nobel_prizes/medicine/laureates/1984/milstein-autobio.html).

En contextos desfavorables, los creativos, han debido resignar cuestiones personales, familiares y laborales a fin de sostener su pacto con la creatividad (Gardner, 1993). Si hubiesen renunciado a expresar sus ideas y aceptado dejar de crear, tal vez habrían vivido *más tranquilos* en tiempos de conflictos políticos. Sin embargo, *renuncias* de este tipo no se han observado en las biografías de los creativos. Decisiones difíciles también deben enfrentar los creativos en momentos de dificultades políticas, algunos optan por quedarse, haciendo cosas *permitidas o camufladas* y creando en la *clandestinidad*. Otros, *eligieron* (en algunos casos, debido a que su vida corría peligro) irse del país buscando nuevos horizontes y contextos más propicios para la creatividad.

La censura es algo con lo que conviví desde el mismo momento de comenzar a trabajar. En las primeras redacciones que recorrí me advirtieron prontamente que había temas, como el sexo, los militares y la represión, que no se podían tocar. Así uno aprende a autocensurarse y encuentra maneras de evitar el control: por ejemplo, la sopa —en el caso de Mafalda— era para mí una metáfora del autoritarismo militar (Quino, 2004. <http://www.clarin.com/diario/2004/07/28/sociedad/s-03101.htm>).

París fue la ciudad que acogió a la mayoría de los creativos exiliados, tal como ellos mismos lo manifestaron, en esta ciudad encontraron oportunidades para continuar creando y mostrando sus obras, para contactarse con otros artistas, vanguardias y también, con compatriotas en situaciones similares. París es para muchos de los creativos de nuestra muestra un refugio y un contexto propicio para el desarrollo de la creatividad. En esta ciudad, donde primaba la tolerancia y la diversidad de ideas, los creativos encontraron espacios donde interactuar con otros creadores, conocer acerca de vanguardias en diferentes campos y obtener *materias primas* para sus obras. Retomando los planteos de Florida (2002), entre los 50 y los 80 París fue una ciudad que dadas sus características sociales, culturales y económicas atrajo a las clases creativas, entre ellas las provenientes de Argentina.

París constituyó desde los años setenta el segundo hogar, y domicilio laboral de Atabualpa Yupanqui. En Francia papá tenía trabajo y le pagaban mejor. Pero, además, sentía que allá había un respeto por el artista y por la obra que en el propio país de se negaba. (Roberto Chavero. Hijo de Atabualpa. En Colección: 113-114).

París era la libertad; la libertad con todo lo que esa palabra significa (...) Además pensá que acá había dos presiones muy grandes para cualquier joven, y más para una chica: una era la familiar, y la otra la de la sociedad en que vivíamos. Estábamos en una dictadura donde la Iglesia tenía como siempre una pata metida, y era lógico que una se sintiera presionada por todos lados. Y en París, que ni idea de estas cosas, una podía hacer eclosión en lo artístico y en lo personal porque la mentalidad era otra. No en vano los artistas siempre fueron a buscar libertad a París (Walsh, 2008).

<http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-4909-2008-11-02.html>.

Las censuras y persecuciones han sido repudiadas por algunos grupos, quienes mostraron apoyo a de los creativos a través de diferentes medios. Los sectores que apoyaban a los creativos también les ofrecieron oportunidades de trabajo y expresión en medios *no oficiales*. En muchos casos, las censuras, persecuciones y exilios representaron obstáculos pero también oportunidades y posibilidades para los creativos. Nuevos contextos, nuevos *trabajos*, nuevos vínculos se lograron *gracias* a los límites impuestos por los gobiernos de turno. Nuevamente, observamos que los creativos convierten situaciones negativas en positivas y sacan provecho de hechos y circunstancias no del todo favorables. La creatividad no se detiene en la adversidad, sino que parece potenciarse y buscar espacios y contextos *ocultos* donde emerger. Las censuras, las prohibiciones y los exilios han representado para los creativos, tanto obstáculos como posibilidades. En tanto obstáculos, estas situaciones han sido resignificadas y convertidas en posibilidades para la creatividad a partir de las búsqueda de espacios alternativos de trabajo y expresión. Mantener sus convicciones e ideas, característica que también ha sido definida como vinculada a la creatividad (Sternberg y Lubart, 1997), les ha ocasionado

dificultades a los creativos, no obstante estas dificultades no limitaron las producciones sino que en muchos casos las potenciaron. Nuevos contextos, nuevas vinculaciones, buscar formas *permitidas* de expresión, parecen, en muchos casos, haber estimulado la creatividad.

Además del exilio (voluntario o forzado), la búsqueda de formación y experiencias también son motivos que orientan los viajes y las estancias en el exterior. Muchos creativos han viajado al extranjero para ampliar su formación en los campos específicos como por ejemplo los científicos de la muestra, Piazzolla y Berni. Julio Bocca ha pasado gran parte de su carrera en el exterior, realizando giras internacionales y trabajando en Ballets como el American Ballet Theatre de Estados Unidos.

Emigrar, viajar, tener experiencias en contextos diversos parece ser una característica de los creativos. Según Csikszentmihalyi (1996), los creadores tienen de desplazarse hacia los centros culturales que les ofrecen mayores oportunidades para desarrollarse en los campos y ámbitos especializados. Estudios diversos (Maddux y Galinsky, 2009; Leung et al. 2008; Leung y Chiu, 2008; Suliman, 1998; Walberg et al, 1996) también han argumentado acerca las relaciones entre creatividad y experiencias construidas en situaciones de migración, exilio, viajes y estadías en el exterior. La riqueza cultural, social y vivencia de estas experiencias parecen favorecer los procesos creativos generando diversidad de imágenes, ideas y conocimientos que luego son *usados* para la producción creadora independientemente de los campos de acción.

Volver al país es otra de las decisiones importantes que los creativos deben afrontar. Quedarse en el extranjero o volver al país es una decisión difícil en tanto en el exterior los creativos encontraron oportunidades laborales y de expresión, cierta *estabilidad* y también reconocimiento por parte de sus colegas y de la sociedad en general. En el momento de tomar estas decisiones los creativos fueron tentando por diversos medios (puestos y contratos importantes, posibilidades de exponer sus obras: conciertos, muestras, publicaciones, etc.) a quedarse en el

extranjero. Tal como observamos en las biografías, se trató de decisiones difíciles ya que estaban en juego varias cuestiones: posibilidades de expresión y trabajo, reconocimiento, seguridad, proyectos personales, sentimientos, entre otras. No obstante, los creativos, sosteniendo sus pactos con la creatividad, han tomado estas decisiones, en la mayoría de los casos regresando al país pero manteniendo fuertes contactos con el exterior y realizando frecuentemente viajes para presentar sus obras e ideas.

Hemos mencionado hechos significativos en la vida de los creativos ocurridos durante la etapa adulta. La consolidación de vínculos con familiares, pares, maestros, discípulos, mecenas, representantes y hasta detractores parece ser una de las principales actividades de esta etapa. También cobran relevancia los reconocimientos y las distinciones que obtienen y a la vez, las que otorgan como miembros y guardianes de los ámbitos. Las producciones y las obras se complejizan en esta etapa, los creativos incorporan nuevos estilos, nuevos materiales y nuevas formas de crear. Algunos creativos producen transformaciones en sus propios procesos creativos gracias a los conocimientos adquiridos, las colaboraciones obtenidas, la maestría en el manejo de técnicas y procedimientos y la *experiencia* en los campos y los ámbitos. La apertura hacia otros campos y la articulación de los mismos también son actividades importantes de la etapa adulta. Asimismo, la generación de instituciones, organizaciones y fundaciones con fines sociales y comunitarios son acciones destacadas que concretan los creativos en este período.

Vejez. Crear hasta el fin

Antes de referirnos a la vejez, cabe aclarar que algunos de los creativos no llegan a esta etapa de la vida debido a que fallecen jóvenes, como por ejemplo los casos de Alfonsina Storni (46 años), Roberto Arlt (42 años), Enrique Santos Discépolo (50 años), Leopoldo Torre Nilsson (54 años). Obviamente, tampoco consideramos el caso de Julio Bocca que en la actualidad tiene 42 años.

La vejez es una etapa de la vida en la cual los creativos, lejos de apartarse de los campos de interés, amplían los horizontes y diversifican sus actividades. No obstante, algunas restricciones y limitaciones físicas comienzan a aparecer en esta etapa y dificultan, aunque no obstruyen, el desempeño de los creativos. La búsqueda de alternativas y la resignificación de las dificultades, les permite continuar con sus actividades de producción en los campos específicos. El apoyo de personas significativas (familiares, amigos, empleadas domésticas) es central en esta etapa de vida. Estas personas ayudan a los creativos a afrontar enfermedades, déficits físicos y también la tristeza y la soledad. La pérdida de seres queridos es un hecho que marca la vida de los creativos, especialmente en esta etapa. La muerte de hijos y cónyuges determina los últimos años de vida de los creativos, en muchos casos sumergiéndolos en la melancolía y la depresión. Ante estas situaciones, la creatividad, es nuevamente el refugio y la vía de escape.

Seguir creando y actuando en diversos campos

Los creativos no dejan de crear en la vejez, sino que redoblan la apuesta, actúan en diversos campos y tratan problemas cada vez más complejos. El interés por contribuir a la sociedad se concreta en proyectos sociales y comunitarios a través de la creación fundaciones, organizaciones y la realización de donaciones. Cuidar y difundir la obra de los creativos también es una de las funciones de estas organizaciones, como por ejemplo las de Sábato, Piazzolla, Borges. En ellas participan personas de confianza de los creativos, quienes los sucederán y realizarán sus legados. La sucesión es un tema importante en la vejez, varios de los creativos, desde la etapa de la adultez, dedican parte de sus esfuerzos en dejar *herencias*, no solo materiales, tanto para sus seres queridos como para la sociedad. Asegurar la continuidad de algunas de sus obras es uno de los objetivos primordiales de los creativos en los últimos años de sus vidas.

Victoria Ocampo donó su casa a la UNESCO, para que sirva, en un espíritu vivo y creador, para la promoción, el

estudio, la experimentación y el desarrollo de actividades que abarquen la cultura, la literatura, el arte y la comunicación social... (Acta de donación de Villa Ocampo a la Unesco. www.villaocampo.org).

La fundación que lleva mi nombre fue aprobada ayer (...) Quiero poner todo el ánimo que me quede de vida para llevarla adelante, y quiero que cuando yo no esté sigan ustedes trabajando en ella y la conviertan en uno de los mojones en la reconstrucción de nuestro país (...) Hice prometer a Elvira que se ocupará de sacarla adelante (Sábato, 2004: 115).

Escribir sus memorias y analizar las formas en que las mismas van a ser publicadas, es también una de las preocupaciones de los creativos en los últimos años de sus vidas. Si bien, muchos de ellos han escrito diarios y memorias durante toda la vida, en la etapa final es marcado el interés de que las mismas se publiquen, teniendo en cuenta algunos recaudos que ellos establecen con claridad. Por ejemplo, Bioy Casares confía sus escritos y diarios a Daniel Martino, persona de quien establece vínculos de colaboración en la escritura durante sus últimos años. Sábato escribe *Antes del Fin y España en los diarios de mi vejez*, libros en los que incluye pasajes autobiográficos. Victoria Ocampo comenzó a escribir su autobiografía en 1952 y fue publicada luego de su muerte por la Editorial Sur. Otra gran obra autobiográfica de la autora fue *Testimonios*, en la que refleja el mundo cambiante en el que le había tocado vivir y las dificultades que debió sortear por decidir ser una mujer intelectual. *El canto del viento, Payador perseguido y Confesiones de un payador* son obras de Atahualpa Yupanqui en las que se integran hechos autobiográficos y análisis de la realidad de los paisanos y los contextos del interior del país.

Tenía 82 años cuando presentó *Mis memorias* (...) Los olvidos necesarios y los recuerdos más pesados. *Mis memorias* es un libro donde se reflejan los numerosos incidentes de una vida hecha en función del trabajo... (Marshall. En Colección, 2006: 123).

En marzo de 1990, Piazzolla concedió una serie de entrevistas al periodista Natalio Gorín, que serían

publicadas al año siguiente en el libro *A manera de memorias*. Estos encuentros fueron para él una buena forma de reflexionar sobre su vida (Piazzolla. En Colección, 2006: 109-110).

En 1982, aparece *Deshoras*, el último libro de cuentos de Cortázar que se publica en vida del autor. Hay en él muchos recuerdos de infancia y adolescencia, alegorías de la época de la dictadura, juegos. Pero tiene el tono de los recuerdos transformados, llevados a la luz por los mecanismos de la literatura (Cortázar. En Colección, 2006: 127).

A pesar de los dolores físicos y espirituales, Bioy siguió escribiendo y en 1994, a los ochenta años publicó sus *Memorias* (Bioy Casares. En Colección, 2006: 125).

Asimismo, se profundiza el interés por temas filosóficos, metafísicos y religiosos y la búsqueda de respuesta a los grandes enigmas de la humanidad. “Los científicos y artistas más viejos (...) experimentan una sensación de liberación cuando, tras haber dejando huella en su disciplina, comienzan a explorar el mundo que está fuera...” (Csikszentmihalyi, 1996: 269-270)

En mi imposibilidad de revivir a Jorge, busqué en las religiones, en la parapsicología, en las habladurías esotéricas... (Sábato, 1998: 180).

Nakamura y Csikszentmihalyi (2003) señalan que los creadores en la vejez mantienen el compromiso con la actividades creativas de tres maneras: dando continuidad al trabajo desarrollado en el campo específico en el que se desarrollaron, incursionando en otros campos o intentado establecer relaciones entre los campos diversos para revolver problemas que trascienden las disciplinas. Observamos en las biografías analizadas, que esta tercera forma está presente en algunos creativos quienes se dedican a explorar y estudiar problemas complejos. En la vejez, la búsqueda de respuestas y nuevos interrogantes no se restringe a los campos específicos sino que se amplía hacia otros problemas y enigmas. La búsqueda permanente de formas de expresión y comunicación,

problemas y respuestas parece ser el eje que atraviesa la vida de los creativos estudiados.

Compañías y creatividad como refugios

Durante la vejez, la muerte de seres queridos, especialmente hijos (Marta, hija de Bioy Casares, Jorge hijo de Sábato) y conyugues (Nenette, esposa de Atahualpa, Toni, esposa de Favaloro, Matilde esposa de Sábato, María Angélica, esposa de Houssay), pero también de amigos y colegas, es un hecho que marca los últimos años de los creativos, ocasionándoles tristeza y soledad. Según los biógrafos, los creativos no han vuelto a ser los mismos luego de las pérdidas de los seres queridos, cambios en las rutinas y en las formas de ver el mundo y el futuro se producen a partir de la muerte familiares y amigos. Los recuerdos de los seres queridos y de un pasado feliz inundan los últimos años de los creativos. Las reminiscencias parecen ser una forma de encuentro con lo perdido y con un pasado mejor. Temas pendientes, deudas *no-económicas*, autoreproches aparecen también luego de las pérdidas.

En la soledad de mi cuarto, abatido por la muerte de Jorge, me he preguntado qué Dios parece esconderse detrás del sufrimiento (Sábato, 1998: 170).

...solo veinte días después de la muerte de su madre, Marta perdió la vida en un absurdo accidente de tránsito (...) Bioy estaba desgarrado (...) A pesar de su dolor, se sostenía digna y sostenidamente en la lectura de los libros que lo ayudaban a vivir (Bioy Casares. En Colección, 2006: 124).

Ante la tristeza y la soledad que caracteriza los últimos años de varios de los creativos de muestra, la compañía de personas significativas y la creatividad se convierten en refugios y válvulas de escape. Los creativos continúan creando y trabajando en los campos hasta el último día, esto parece mantenerlos vivos. Familiares, amigos y personas que están a cargo del cuidado y la atención de los creativos cobran especial relevancia en esta etapa

de la vida. Estas personas ayudan a los creativos de diversas maneras, algunos los atienden en cuestiones vitales como la alimentación, la higiene y el cuidado de la salud, otros colaboran con ellos en el proceso creativo, escribiendo lo que les dictan, leyéndoles, acompañándolos a reuniones, conferencias, etc. Todos representan pilares fundamentales en esta última etapa, ofrecen ayudas, apoyos, contención y compañía, elementos tan necesarios para muchos de los creativos que en la última etapa deben atravesar enfermedades, dificultades sensoriales y motrices, sentimientos de tristeza y soledad, etc.

Jovita Iglesias fue durante más de medio siglo ama de llaves en la casa de Adolfo Bioy Casares y Silvina Ocampo. Pero, en verdad, se convirtió en una especie de hija, hermana menor y madre adoptiva de ambos (www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=221807).

(Gladys) Me atiende, me cuida, con ese afecto profundo que nunca, ni ella ni yo, hemos sido capaces de poner en palabras. Hace más de treinta años que vive en esta casa. Aún en los momentos más graves ha estado a nuestro lado. Soportándolo todo. (...) quiero dejar escrito mi reconocimiento, mi gratitud (Sábato, 2004: 108-109).

En los últimos años, los creativos establecen nuevas relaciones, por ejemplo Bioy Casares reconoce legalmente a su hijo Fabián y éste lo acompaña y ayuda a recuperarse de enfermedades y dolores. También se vincula con Daniel Martino, con quien trabaja en colaboración en la escritura de la biografía de Borges y le confía sus escritos y diarios para que él los publique, atendiendo a ciertas indicaciones y recuerdos establecidos por Bioy. Algunos creativos se casan durante la vejez, como por ejemplo Borges con María Kodama y Quinquela Martín con Alejandrina Cerutti, su secretaria y compañera de toda la vida o consolidan nuevos vínculos de pareja, como Sábato con Elvira González Fraga.

Los límites que les imponen la vejez y las enfermedades son superados, soportados y afrontados gracias a los vínculos que establecen con colaboradores, amigos y familiares. Asimismo, las

posibilidades de crear y trabajar, que se mantienen intactas hasta el último día, son los motores que los mantienen vivos.

(¿Cuánto de dicha y cuánto de infortunio ha implicado envejecer, en tu caso?) La dicha reside en que uno se va desprendiendo de ciertas responsabilidades, de ciertas presiones, de ciertas angustias. Y el infortunio es la semi-inmovilidad, en mi caso, que es lo que me tiene más loca, y también el dolor. El dolor físico es terrible (Walsh, 2008. www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-4909-2008-11-02.html).

La vida me ha ido quitando posibilidades que antes fueron mías, y parece como si a cambio me estuviera dejando el escribir como un último don. Cuando las pérdidas parecen cubrirme los ojos, escribir y pintar me renacen (Sábato, 2004:18-19).

Retomando algunas ideas que presentamos en párrafos anteriores, sostenemos que la creatividad nunca es un proceso solitario. Los otros siempre son necesarios, al analizar la vejez de los creadores observamos que los otros son indispensables. Asimismo, es imprescindible para los creadores seguir creado, a veces como un modo de seguir vivos, a veces como un modo de afrontar dolores y pérdidas.

El fin

La muerte los encuentra trabajando. La mayoría de los creativos muere en plena actividad, desempeñándose en campos diversos y generando obras y proyectos, muchos de los cuales tienen continuidad gracias a la colaboración de seres queridos y personas de confianza.

Trabajo hasta el día de su muerte (...) Había concurrido a su laboratorio, había vestido su remendado guardapolvo, se había vuelto a sentar en su silla de siempre, hasta las cinco en punto de la tarde. Tenía 81 años (Leloir. En Colección, 2006: 96-97).

Favaloro, gran cardiólogo, se dispara un tiro en el corazón, optando por desaparecer antes que abandonar sus principios éticos. Sostener las ideas y convicciones es una característica vinculada a la creatividad (Sternberg y Lubart, 1997) que se manifiesta en los creativos a lo largo de toda su vida y que en el caso de Favaloro, determina su muerte.

En este momento y a esta edad terminar con los principios éticos que recibí de mis padres, mis maestros y profesores me resulta extremadamente difícil. No puedo cambiar, prefiero desaparecer (...) Estoy cansado de recibir homenajes y elogios al nivel internacional (...) “¡La leyenda, la leyenda!”

Quizá el pecado capital que he cometido, aquí en mi país, fue expresar siempre en voz alta mis sentimientos, mis críticas, insisto, en esta sociedad del privilegio, donde unos pocos gozan hasta el hartazgo, mientras la mayoría vive en la miseria y la desesperación. Todo esto no se perdona, por el contrario se castiga.

Me consuela el haber atendido a mis pacientes sin distinción de ninguna naturaleza. Mis colaboradores saben de mi inclinación por los pobres, que viene de mis lejanos años en Jacinto Arauz.

Estoy cansado de luchar y luchar, galopando contra el viento como decía Don Ata... (Favaloro, 2000. Última carta. En Colección, 2006: 132-133).

La muerte de algunos creativos tiene *más prensa* que la de otros. Reconocimientos de la sociedad en general y miembros de los ámbitos especializados se observan cuando mueren algunos creativos. Velorios públicos, aplausos, discursos, actos y homenajes se producen a partir del fallecimiento de la mayoría de los creativos de nuestra muestra. *Cuantiosas herencias* nos quedan, en el apartado *Vivir, crear y dejar herencias*, nos referiremos a los legados y las contribuciones de los creativos a los campos, a los ámbitos y a la sociedad en general.

Hemos descripto hechos y procesos significativos en la vida de los creativos que han incidido en los procesos de despliegue de la creatividad. Analizamos estos hechos y los interpretamos a partir de planteos e investigaciones previas. Hemos estudiado la vida de los creativos considerando distintas etapas evolutivas, esto nos ha permitido establecer comparaciones y enfatizar las semejanzas observadas. Sin embargo, algunos sucesos vitales y procesos relevantes en la vida de los creadores, si bien son similares entre los personas de la muestra, se producen en momento evolutivos distintos. Esta variabilidad obedece a cuestiones vinculadas a los campos, los ámbitos y los contextos en los que se desarrollaron. Por ejemplo, Julio Bocca, que en la actualidad tiene 42 años, ya ha culminado su carrera como bailarín. En algunos campos, los creadores pueden desempeñarse hasta la muerte, en otros como por ejemplo la danza, considerando requisitos físicos que son necesarios, las carreras profesionales son más cortas.

Identificar condicionantes familiares, sociales y contextuales de los procesos creativos independientemente de los campos, los ámbitos y las singularidades de las personas seleccionadas es la principal contribución de la Parte 1 al estudio de la Creatividad con mayúsculas. En la próxima Parte nos referimos a los procesos específicos de creación, considerando los factores que inciden en la generación de ideas y la transformación de éstas en productos creativos.

Estudio 2

Parte 2: *CREAR. 1% de inspiración, 99% de transpiración*

Varios mitos se han construido respecto de los procesos creativos. Los estudios realizados nos permiten afirmar que muchos de estos mitos no se corresponden con los procesos desarrollados por los grandes creadores. La creación no es un evento casual, ni depende sólo de la suerte, las ideas solo se les ocurren a aquellas personas que están abocadas a los campos, que tienen conocimientos y experiencias en los mismos. Si bien, en muchos casos los

descubrimientos parecen casuales y repentinos, éstos son imposibles sin largas horas previas de estudio y experimentación.

Nos interesa en este apartado mostrar datos biográficos que sustentan la idea de creación como trabajo arduo que implica en los creadores esfuerzo, constancia y dedicación. La transformación de las ideas en productos y obras creativas es un proceso complejo en el que intervienen múltiples variables subjetivas y contextuales. Sentimientos, emociones, vínculos, recursos, rutinas y esclavitudes son algunas de las variables que consideramos en el presente apartado. Según Csikszentmihalyi (1996), la elaboración es uno de los componentes del proceso creativo que lleva más tiempo y trabajo. El autor retoma la frase de Edison *creatividad consiste en 1% de inspiración y un 99% de transpiración*, para ilustrar esta aseveración.

El 1%: la materia prima

El mundo es de nuestra incumbencia decía Csikszentmihalyi (1996) al referirse a la importancia de extender nuestros campos de interés, ampliar los puntos de vistas y tratar temas y problemas heterogéneos. Los creativos parecen interesarse por diversos campos de manera simultánea. Es durante la búsqueda de conexiones e integraciones entre campos heterogéneos que las producciones creativas emergen. “La mayoría de los entrevistados encontraron inspiración en una tensión dentro de su campo que se puso de manifiesto cuando la observaron desde la perspectiva de otro campo” (Csikszentmihalyi, 1996: 114).

La materia prima de las obras de los creativos de nuestra muestra proviene de distintas fuentes. El mundo, las interacciones con otros significativos, las lecturas, los interrogantes no resueltos en los campos, estudios y obras anteriores, los sentimientos y las emociones, las vivencias previas, entre otras tantas fuentes, generan en los creativos ideas, imágenes mentales, interrogantes que intentan resolver mediante obras y producciones en los campos. Csikszentmihalyi (1996) sostiene que existen tres fuentes principales de problemas: las experiencias, sentimientos y dificultades personales, las exigencias y enigmas no resueltos de los

campos y las presiones sociales de miembros de los ámbitos. Según el autor, el sujeto debe experimentar cierta tensión a partir de los problemas emergentes, que atraigan su energía psíquica y pongan en marcha procesos creativos. Por ejemplo, pintores entrevistados por Csikszentmihalyi señalaron que recortan imágenes y titulares de revistas y periódicos que en ocasiones retoman como fuentes de inspiración. Acciones similares observamos en algunos creativos de nuestra muestra, los recortes y *pedazos de mundo* se convierten en algún momento en fuentes de información y de nuevas ideas, y tal vez en productos y obras originales.

Empecé con unas tachuelas a fijar cosas (en la pared) que podían ser reproducciones de cuadros, dibujos de amigos, o dibujos que había hecho yo y que me gustaban en ese momento, los iba fijando (...) había una serie de cosas que yo iba acumulando de lo alto a lo bajo, a lo largo de un año (...) una noche estaba yo leyendo y mire ese conjunto de cosas, entonces tuve miedo, fui poniendo cosas al azar y luego encontré una línea conductora que pasa por el perfil de un personaje, que pasa por una casa, se desliza por un prado (...) ahí tienes una prueba de que para mí el sentimiento de lo fantástico no se puede explicar lógicamente... (Cortázar, 1977. Entrevista programa A Fondo).

Me estremeció una noticia que leí esta mañana en el diario, la recorté y la guardé en uno de los cajones de mi archivo, entre esos tantos retazos que en estos años me han ayudado a vivir (Sábato, 1998: 139).

Las ideas provienen de diversas fuentes y dependen de cómo los sujetos significan y *vivencian* acontecimientos históricos, sociales y personales. Los sentimientos y las emociones que estos hechos generan muchas veces originan ideas, intuiciones, interrogantes que constituyen los cimientos de las obras creativas. Asimismo, la lectura, actividad central de la vida de muchos de los creativos de la muestra, tal como hemos mencionado en apartados anteriores, es una de las fuentes privilegiadas de informaciones, imágenes y problemas.

Numerosas ideas se generan mientras las personas no están dedicadas conscientemente a la búsqueda de las mismas, en ocasiones durante el sueño o las actividades de ocio. Csikszentmihalyi (1996) sostiene que en esos momentos, debido a la falta de dirección racional, las ideas se pueden combinar y lograr conexiones originales que en principio serían rechazadas por la mente consciente.

La tarea de un poeta es continua, no se trata de trabajar de tal hora a tal hora, uno constantemente está recibiendo algo de mundo (...) en cualquier momento puede llegar la revelación. El poeta no descansa, está trabajando continuamente, cuando sueña también (...) hay un poema que yo compuse en sueños (...) lo dicté al día siguiente... (Borges, 1976. Entrevista programa A Fondo).

(Casa tomada) soñé ese cuento (...) inmediatamente me fui a la máquina de escribir, escribí el cuento de una sentada (Cortázar, 1977. Entrevista programa A Fondo).

Felizmente, durante algún esbozo de insomnio se me han ocurrido claramente mis cuentos, mis novelas. Y he tenido esos regalos del destino que son los libros para hacer (Bioy Casares. En Braceli, 1997: 83).

...los periódicos que veía cuando era pequeño le han dejado una huella importante (...) Pero su gran escuela de imagen ha sido el cine. *Leo un poco de todo mezclándolo. Es como hacer uno de esos viajes en Europa en 15 días, donde no te acuerdas si el Velázquez lo has visto en el Prado de Madrid o en la pinacoteca de Brera o en Louvre de París. Pero estas cosas te dejan una huella y cuando menos lo esperas te sirven (www.quino.com.ar).*

Para elaborar cada personaje, Niní contaba con una poderosa herramienta: su aguda observación. Y siempre recorría a las fuentes. Para captar a las Catitas, se paseaba en colectivo, o iba de compra a los mercados (Marshall. En Colección, 2006: 78).

La apertura a las nuevas ideas, las capacidades de observación y de generación de imágenes mentales a partir de la búsqueda de conexiones entre el mundo real y los remanentes de la mente, parece ser determinante durante los procesos de generación de ideas, interrogantes y soluciones. Cierta reserva de ideas, imágenes, experiencias que *cuando menos lo esperas te sirven*, tal como sostiene Quino, parecen ser indispensables durante todo el proceso creativo. Estos *materiales* permanecen latentes, a veces por mucho tiempo, y en cierto momento, generalmente *de repente* son activados y usados de diversas maneras para la generación de ideas y productos nuevos.

Frecuentemente, las ideas surgen en espacios, tiempos y contextos inesperados. El *insight* es un proceso general de pensamiento, que supone darse cuenta repentinamente de la solución de un problema o comprender de un modo nuevo y más productivo situaciones previas (Alonso Monreal, 2000). Según Sternberg (2005) existen tres clases de insights creativos: codificación selectiva, combinación selectiva y comparación selectiva. La primera representa la distinción entre informaciones relevantes e irrelevantes en el campo de la experiencia, opera como un filtro y selecciona la información que es importante según los propósitos definidos. El segundo tipo de insight implica la combinación de la información seleccionada de una manera nueva y productiva. Establecer relaciones originales entre nuevas y viejas informaciones y crear analogías son procesos cognitivos propios de la comparación selectiva. Weisberg (1999) sostiene que los insight dependen del uso que los sujetos realizan de procesos cognitivos convencionales aplicados a conocimientos almacenados en la memoria.

La mayoría de las personas de nuestra muestra – no todas- recuerdan con gran intensidad y precisión un momento particular en el que algún problema importante se cristalizó en sus mentes de tal manera que se hizo casi inevitable una solución, para la que solo se requería tiempo y trabajo duro (Csikszentmihalyi, 1996: 130).

Los creativos manifiestan que muchas de las ideas más importantes para sus obras emergen de repente, y a veces los *agobian y perturban* durante varios días hasta que pueden *utilizarlas* para resolver un problema o producir obras.

...yo voy caminando por la calle, o recorriendo galerías y de pronto percibo algo que me conmueve. Antes que nada tomo una actitud pasiva del espíritu... (...) Vislumbro el principio y el fin de la historia, pero cuando entreveo eso no se a que país o a qué época corresponden. Eso me va siendo revelado a medida que pienso en el tema o cuando lo voy escribiendo. Y los errores que cometo son generalmente errores que pertenecen a esa zona oscura y no descubierta todavía (Borges. En Barone, 1996:139).

(¿Tiene horas para escribir?) No las tengo. Escribo en el momento y lugar donde se me ocurren las ideas. Por lo menos hago los apuntes. Tal vez sucede cuando voy en el tranvía. Pero en la cama se está y se escribe muy a gusto (...) Mis mejores composiciones las he producido en los momentos de angustia y dolor (Storni. En Colección, 2006: 77).

La idea del libro me surgió en un colectivo (...) sentí la presencia de algo... cuando llegue a mi casa comencé a escribirlo... (...) yo vi eso (el mito) yo vi al minotauro como el poeta, el hombre diferente y por lo tanto es el hombre al que la sociedad encierra, a veces los meten en clínicas psiquiátrica, en este caso era el laberinto (...) el minotauro no se ha comido a nadie. Esa inversión del tema causo cierto escándalo en los medios académicos (Cortázar, 1977. Entrevista programa A Fondo).

...en un instante, lo que yo llamo un instante casi de iluminación, de magia, de dolor y de placer, aparece la idea principal y respiro con tranquilidad. Las etapas posteriores, como el desarrollo lógico de la obra, su coherencia interna, la orquestación podían presentarle alguna dificultad. Nunca se sentía seguro de la obra hasta que la ensayaba con sus músicos (Piazzolla. En Colección, 2006: 24).

Estas inspiraciones u ocurrencias no son causales, se les ocurren a personas que están pensando permanentemente en problemas e

interrogantes, que están produciendo dentro de determinado campo y que tienen conocimientos específicos. Pocas veces las ideas les *llegan* a personas ajenas a los campos y ámbitos o a personas que no manifiestan interés por los mismos. A pesar de que las ideas aparecen de manera repentina, generalmente llegan luego de largas horas, y a veces, días, meses y años de trabajo y de búsqueda de enigmas y soluciones en los campos.

Las nuevas ideas e inventos se les ocurren a personas que están pensando, constantemente, en un problema. Este pensamiento tiene que producir una gran preocupación, y hasta puede volverse doloroso (Leloir. En Colección, 2006: 14).

El interés por los campos y el mundo en general es determinante para la generación de ideas y materias primas para el proceso creativo. Si no hay motivaciones e intereses, capacidades de observación y de generación de interrogantes y deseos de conocer más y de crear cosas nuevas, es poco probable que las ideas emerjan. Riqueza en las experiencias previas, atención focalizada y general a la vez, capacidades de observación y estado de alerta ante los acontecimientos del mundo, informaciones y conocimientos sobre diversos campos, parecen determinar el proceso de generación de materias primas para los procesos creativos. Luego, estas materias primas se transforman en productos creativos a partir del trabajo y el esfuerzo de los creadores, como veremos en el próximo apartado, sin transpiración tampoco hay creatividad.

¿En personas creativas con mayúsculas, los procesos cognitivos implicados en la generación de ideas son comunes o extraordinarios? Esta pregunta genera múltiples debates y controversias en el campo de investigación de los procesos creativos. Según Ward, Smith y Finke (1999), la capacidad creativa es una propiedad de la cognición humana que depende de procesos cognitivos ordinarios, disponibles en todas las personas. Los autores sostienen que las diferencias observables en cuanto a producciones creativas se deben a variaciones en la utilización y la combinación de los recursos cognitivos, como así también a la intensidad de aplicación de cada proceso, la riqueza y flexibilidad

de las estructuras disponibles, la capacidad de los sistemas de memoria y los datos almacenados, entre otros factores.

Consideramos que se trata de procesos cognitivos comunes, disponibles en todas las personas, sin embargo, múltiples condicionantes, que exceden *lo cognitivo* parecen determinar las posibilidades de realizar contribuciones creativas con mayúsculas. La creatividad con mayúsculas y los procesos implicados en el despliegue y consolidación de la misma no pueden ser comprendidos sólo desde una perspectiva cognitiva. Tal como ya lo hemos planteado, la integración de enfoques parece ser el camino más adecuado para el estudio de la creatividad y sus diversas manifestaciones.

El 99 %: el trabajo

...un tango, amigo mío, no se vomita en cinco minutos, sino que se da a luz después de una dolorosa y larga gestación (Discépolo. En Galasso, 2004:122).

El trabajo esencial del escritor consiste en distraerse, en pensar en otra cosa, en fantasear, en no apresurarse para dormir, sino imaginar algo...Y luego viene la ejecución, que ya es el oficio. Es decir, no creo que sean incompatibles las dos cosas (Borges. En Sorrentino, 1996: 221).

Cuando pensamos en los procesos creativos, las imágenes y representaciones suelen estar ligadas a los procesos de descubrimiento y generación de ideas originales, el 99% restante muchas veces no es considerado. Los arduos procesos que llevan a cabo los creativos antes y después de que las ideas emergen, generalmente no tienen tanta *prensa* como las historias sobre sueños, paseos, viajes o baños de inmersión en los que emerge la creatividad. Es relevante subrayar la consideración del proceso creativo como trabajo que implica esfuerzo y dedicación. Ciertas ideas o soluciones a problemas parecieran que surgen de manera casual y espontánea, no obstante es importante reconocer que solo se les ocurren a personas que están pensando y actuando en los

campos y ámbitos específicos. Tal como manifiesta claramente Csikszentmihalyi (1996) “una solución nueva en la electrodinámica cuántica no se le puede ocurrir, por mucho tiempo que duerma, a una persona no versada en esta rama de la física” (:128).

A comienzos de 1967, Favaloro comenzó a pensar en la posibilidad de utilizar la vena safena en la cirugía coronaria. Llevó a la práctica sus ideas por primera vez en mayo de ese año. La estandarización de esta técnica, llamada del bypass o cirugía de revascularización miocárdica, fue el trabajo fundamental de su carrera, lo cual hizo que su prestigio trascendiera los límites de ese país, ya que el procedimiento cambió radicalmente la historia de la enfermedad coronaria. (...) Su aporte no fue casual sino el resultado de conocimientos profundos de su especialidad, de horas y horas de investigación y de intensa labor

(www.fundacionfavaloro.org/pagina_biografia.htm).

Dibujante, no. Sé que tengo algunas ideas buenas, pero eso lo atribuyo al exceso de paciencia que tengo. Soy capaz de pasarme cuatro días con una idea, dando vueltas hasta que sale algo potable. A veces el resultado no justifica los cuatro días de trabajo (Quino. www.elhistoriador.com.ar/entrevistas/q/quino.php).

No son sencillos los procesos mediante los cuales los creativos transforman la materia prima en producciones y obras originales. Estos procesos suponen trabajos de transformación, de reconstrucción y de integración de esas ideas que están en la mente, que surgen de diversas fuentes y *que esperan* ser convertidas en productos (novelas, poesías, canciones, pinturas, descubrimientos científicos, etc.). Muchas horas de trabajo, conocimientos de los campos y los modos de trabajar en ellos, interacciones con colaboradores, generación y uso de recursos disponibles e incursiones en diferentes contextos y ámbitos, condicionan los complejos procesos de generación de productos creativos.

Csikszentmihalyi (1996) considera que hay cuatro condiciones principales en esta etapa del proceso, la persona

creativa debe mantener la mente atenta, abierta y flexible a las ideas, problemas y intuiciones que emerge a partir de las interacciones con el medio, además debe prestar atención a metas y sentimientos, mantenerse en contacto los conocimientos del campo y usar los conocimientos, técnicas y teorías más avanzadas del mismo y relacionarse con colegas y miembros del ámbito para corregir, redefinir y contar las propias ideas. Tal como podrá observarse, y al igual que en otras etapas del proceso, los tres componentes del sistema propuesto por Csikszentmihalyi se vinculan e influyen mutuamente.

Los conocimientos acerca de los campos y las reglas que los rigen son centrales durante el proceso de transformación de las ideas en productos creativos. Las ideas siempre dependen de los conocimientos previos, tanto en los procesos de generación como en los de transformación, reconstrucción y elaboración. No es posible que los escritores de nuestra muestra produzcan cuentos, poesías, novelas, sin conocimientos acerca de otras producciones en el campo de la literatura y de técnicas y estilos de producción narrativa. Resulta impensable que los científicos logren descubrimientos sin disponer de las informaciones y los conocimientos teóricos y metodológicos indispensables para sus investigaciones. Asimismo, las posibilidades de creatividad en algunos campos están determinadas por la adquisición de destrezas y habilidades físicas propias de la que Gardner (1993) denominó inteligencia sinestésico corporal. Los logros de Julio Bocca no hubiesen sido tales sin largas horas de entrenamiento, esfuerzo y dedicación a la danza desde edades muy tempranas. Varios de los creativos de las muestra no asistieron a instituciones educativas oficiales, no obstante adquirieron los conocimientos básicos de los campos en otras instituciones como por ejemplo, organizaciones barriales, tertulias, etc. Ser autodidactas y realizar búsquedas propias de espacios de aprendizajes de los conocimientos teóricos y prácticos centrales de los campos, parece ser una característica de muchos de los creativos de la muestra.

Además de los conocimientos, la motivación juega un papel determinante en los procesos de transformación de las ideas en productos creativos. Estos procesos demandan mucha dedicación

y esfuerzo, posiblemente sin fuertes motivaciones intrínsecas, y extrínsecas, no podrían ser sostenidos y concluidos con éxito. La motivación intrínseca es un elemento determinante de la creatividad, prácticamente todos los creativos señalan que dedican su vida a la literatura, la música, la ciencia, la pintura y los demás campos, porque les gusta y sienten placer y satisfacción creando en dichos campos. Asimismo, la motivación intrínseca puede estar ligada a la extrínseca (Collins y Amabile, 1999), como también lo reconocen los creativos de la muestra. Obtener dinero, premios y distinciones son algunos de los motivadores extrínsecos que también actúan durante el proceso creativo. En el caso de Roberto Arlt, por ejemplo, el dinero aparece como una constante en sus obras y también como un condicionante de su escritura y de sus producciones. Asimismo, el logro de cierto bienestar económico ha sido una de las metas en la carrera de Julio Bocca (Montoya, 2007).

Crear, generar ideas y productos, no son acciones casuales, esporádicas, ni *breves*. Son procesos que llevan tiempos personales y sociales y que dependen de las posibilidades de intercambios de colaboración, los recursos disponibles, las rutinas, los procedimientos habituales de producción, los sentimientos y las emociones, entre otras variables que serán tratadas a continuación.

La creatividad también necesita tiempo...

Los autores parecen acordar en que las obras más creativas aparecen durante la edad madura temprana. Sin embargo, esto no depende tanto de la edad de los creativos, como de los años que han dedicado a los campos y a aprender los conocimientos necesarios para realizar producciones creativas. Diez años de trabajo y aprendizaje en los campos parece ser necesario, aunque obviamente no suficiente, para realizar contribuciones significativas en los mismos (Romo, 2007; Kaufman y Kaufman, 2007; Alonso Monreal, 2000; Gardner, 1993).

En los creativos de la muestra observamos que las obras y producciones más destacadas se desarrollan luego de que han

adquirido conocimientos sobre los campos y las reglas que los rigen. Obras previas, de no tanta calidad, según ellos lo reconocen, parecen ser necesarias antes de las grandes producciones. Los propios creativos señalan grandes diferencias entre sus primeros libros, pinturas, canciones, etc. y las producciones posteriores. Cierta maestría en el manejo de técnicas, mayor disponibilidad de conocimientos específicos y generales, nuevos temas y *musas inspiradoras*, críticas y opiniones de los ámbitos especializados parecen contribuir en este proceso de avance y consolidación de perspectivas y estilos propios.

Más que el acierto, procuré la supresión de errores en la composición y escritura de La invención de Morel (...) La escribí en frases cortas, porque una frase larga ofrece más posibilidades de error... (Bioy Casares, 1992. En Colección, 2006: 41).

El trabajo profesionalmente ha evolucionado por un lado muy bien y por otro muy mal. Muy mal porque me cuesta tanto dibujar. Muy bien porque he tenido que mejorar mi técnica por fuerza. Y esto, en mi opinión ha sucedido después de los 40 años. He comenzado a publicar con 22 años,-comenta Quino- y los primeros diez años han sido los más ricos de aprendizaje (www.quino.com.ar).

... Broadway seduce tanto a Julio que éste vislumbra una nueva carrera. Lo que le parecía ser su retiro a los cuarenta años se transforma en el inicio de otra etapa (...) El descubrimiento es de otro mundo (...) le abre nuevas perspectivas y la posibilidad de llevar otro tipo de vida (...) Estar en el escenario, no es un desafío, sino un goce, en el que la técnica (...) ya no es el centro de sus funciones, sino su medio. Tras muchos años de tanteos, se encuentra en la mejor etapa de su carrera (Bocca. En Montoya, 2007: 368-369).

Cuando me hice compañero de "Juanito Laguna" recurrí al collage después de haberlo dejado desde mi época surrealista, allá por 1932 (...). Justamente, la idea de emplear materiales de rezago vino de que estando yo en las barriadas, en las villas, veía toda esa gente ahí, en la miseria, aprovechando los restos de la sociedad de consumo (...) se convirtieron en elementos narrativos del personaje

que debían. En cuanto a su composición realista, ella es la continuidad de toda mi obra a través de medios diversos de expresión (...) los collages no niegan lo anterior sino que lo profundizan... (Berni. www.pagina12.com.ar/diario/especiales/subnotas/62073-20525-2006-01-24.html)

El cambio poético en la obra de Alfonsina, sobre todo en la posterior a medidas de 1930, marca los progresos de un aprendizaje literario: después de la consagración en el público más amplio que podía esperar un poeta (...) Esta nueva versión de su poesía hubiera sido impensable veinte años antes, cuando Alfonsina debía conquistar Buenos Aires (Sarlo, 1988: 85).

Los giros en las producciones, las revoluciones dentro de procesos creativos algunas veces rompen con lo desarrollado hasta el momento y en otros casos, retoman, resignifican y reformulan materiales, obras, formas de expresión de otros momentos del proceso creativo. Consideramos relevante destacar que las producciones y obras van cambiando a lo largo de la vida de los creativos. El dinamismo de los procesos creativos se vincula tanto a cambios subjetivos como contextuales. Nuevos aprendizajes, nuevas formas de expresión, nuevas realidades sociales, nuevos vínculos, nuevos campos y campos que se renuevan, nuevos lugares dentro de los ámbitos parecen darle a las obras y producciones dinamismos y *vida*. Las relaciones entre las obras creativas y el tiempo son por demás particulares. Los productos creativos cambian, se transforman y evolucionan a lo largo de la vida de los creadores y a la vez, gozan de una vigencia permanente, que permite a través de ellos interpretar la realidad independientemente de los momentos históricos, presentaremos luego, en el apartado *Vivir, crear y dejar herencias*, algunos ejemplos de esta afirmación.

Los creativos seleccionados han contribuido significativamente a los campos y han aportado obras y producciones reconocidas por ámbitos nacionales e internacionales. Es *a partir* de lo producido en los campos que

pueden generarse nuevas obras, *a partir* significa en muchos casos apartarse de lo establecido, de las normas y estilos vigentes, de lo elaborado hasta el momento. Apartarse de lo instituido muchas veces genera conflictos en los ámbitos y en la sociedad en general, frecuentemente las obras creativas provocan *revoluciones* y no son comprendidas en un primer momento, sino que el reconocimiento, en ocasiones es tardío. Muchas de estas obras se ubican en las fronteras de los campos, *no encajan* en lo establecido, rompen las reglas y se apartan de estilos y corrientes definidas, se apartan de las *academias*. Las relaciones entre las *academias* y la creatividad son complejas, no hay creatividad sino es partir de lo construido en los campos, sin embargo tampoco hay creatividad sin apartarse y *hacer tambalear* lo construido e instituido.

Conmigo sucede que cuando la gente llega a entenderme yo ya estoy cambiando. Me pasó toda la vida. Desde el 46, cuando tocaba en el café Tango Bar hasta ahora. Quienes más alcanzaron a entenderme han sido siempre los músicos de jazz. Y no porque no sea tango lo que hago sino porque es más musical. Investigo más, me meto en cosas diferentes. Escucho mucho jazz, me informo de todas las músicas del mundo. Por eso ya no puedo escribir como en el 46, porque la música cambia todos los días(www.astorpiazzolla.org).

Con Fontanarrosa se produce un giro que rompe con todas las estructuras tradicionales de las historietas, rompe con las propuestas costumbristas menos salvajes (*Fontanarrosa vida, pasión y humor*, 2008).

Me atrevo a asegurar que uno de los mayores problemas de Quinquela Martín, entonces y ahora, era y es la imposibilidad de hacerlo encajar dentro de alguna de las modalidades de la época. Era un rebelde personalísimo que hacía de su falta de escuela una verdadera bandera (Gene, 1986. En Colección: 110).

Además de no encajar con los estilos de cada campo, las obras de los creativos de nuestro estudio pueden ser identificadas y asociadas rápidamente con sus autores. Se trata de productos con sello propio, observamos, a partir de estudio de biografías y artículos de opinión, que miembros de ámbitos especializados y hasta de la sociedad en general, reconocen la originalidad y la

marca personal de cada uno de los creativos en su obra. Muchas de las obras y productos de los creativos, marcan un antes y un después en los campos. El tango no es el mismo desde Piazzolla, para agrado o desagrado de los tangueros y de los músicos en general. Las obras llegan a ser tan originales, que los detractores sostienen que no corresponden a los campos, de ahí surge, por ejemplo, el gran debate acerca de si la música de Piazzolla es tango.

Asimismo, varios de los creativos han impuesto formas de trabajar en los campos, por ejemplo Arlt vinculó el periodismo con la literatura, Houssay revolucionó el campo de la investigación en la Argentina y generó proyectos que fueron mucho más allá de los descubiertos científicos en medicina y Piazzolla mostró nuevas maneras de hacer tango. Storni y Ocampo, no se ocuparon de escribir sobre temas femeninos, ni se limitaron a lo esperable para una mujer de comienzos del siglo XX, se forjaron un lugar destacado en los ámbitos literarios y culturales de la época e imprimieron su sello en la literatura argentina. La obra de Victoria Ocampo ha de comprenderse mucho más allá de la literatura, fue una visionaria que realizó importantes contribuciones a la cultura del país, posibilitando el intercambio entre artistas de diversas áreas y la publicación de producciones de autores nacionales e internacionales.

Dinamismo, evolución y diversidad de tiempos personales y sociales definen el desarrollo de los procesos creativos y la generación de productos cada vez más complejos y revolucionarios para los campos. La creatividad necesita tiempo, tiempo para la formación, la consolidación de técnicas y la transformación de ideas en productos.

Crear: solos pero acompañados

En apartados anteriores ya nos hemos referido a la importancia de los *otros* en el proceso creativo. Estos *otros* ocupan diversos roles, tutores, discípulos, colegas, críticos, censuradores, e influyen de diferentes maneras en las producciones de los creativos. En

algunos casos, ofrecen contención, formación, orientaciones sobre los campos, ayudas económicas, en otros, generan obstáculos y dificultan el desarrollo de procesos creativos, como por ejemplo, el caso de los censuradores. Miguel Tato fue un reconocido perseguidor de Torre Nilsson que censuró y prohibió varias de sus películas. El papel de los críticos también es importante ya que indican errores y, en muchos casos, estimulan a los creativos a mejorar sus obras. Laura Falcoff del Diario Clarín fue una de las críticas más severas de las obras de Julio Bocca.

Nos interesa en este apartado referirnos concretamente al papel de los otros en el proceso de creación, de reconstrucción de ideas emergentes y generación de productos creativos. Varios de los creativos han trabajado en colaboración con otras personas constituyendo *duplas o grupos creativos* que producían obras originales a partir de la fusión de *creatividades*, ideas y estilos. Destacamos el papel de los equipos de investigación en el caso de los científicos y también algunas duplas creativas: Borges-Bioy Casares; Torre Nilsson- Silvina Ocampo-Adolfo Bioy Casares, Carol Dunlop-Julio Cortázar, Beatriz Guido-Torre Nilsson.

Si bien en algunos casos y momentos, el trabajo de los creativos es solitario, en otros, se convierte en una actividad de colaboración en la que se generan productos distintos de los que posiblemente elaboraría cada una de las personas de la dupla o de los grupos creativos. El trabajo en colaboración otorga oportunidades de intercambios de conocimientos, ideas, problemas y soluciones, además permite corregir errores y complementar fortalezas y debilidades de cada miembro. En el trabajo en duplas o equipos, muchas veces los miembros obtienen desigual reconocimiento de sus producciones, algunos son más reconocidos y otros, voluntaria o involuntariamente, resignan su protagonismo.

Cuando nos entregamos al placer de hacer las páginas de Bustos Domecq nuestra actitud fue bien diferente: nos divertíamos todo el tiempo (...) Nos entregábamos al juego de escribir, no he podido volver a tener ese placer con nadie. Escribíamos y nos reíamos mucho (Borges. En Braceli, 1997:47).

...mi padre escribía durante una hora, después le leía lo escrito a mi madre (...) trabajaban en forma conjunta y dialéctica. El mecanismo funcionaba a la recíproca: cuando mi madre componía era exactamente igual. Mi madre tomó la decisión de renunciar a su propio protagonismo en determinado momento de su vida (...) Puso todo lo que ella tenía para apuntalar humana y artísticamente a Atahualpa (Hijo de Yupanqui. En Piazzolla, Chavero y Fuentes Rey, 2002: 23)

...una enfermedad cruel y mortal interrumpió la carrera del cineasta Torres Nilsson, cuando de su madurez creadora podía aún esperarse mucho, sobre todo cuando la restauración de la democracia traería, entre otras cosas, la eliminación de la censura, contra la cual luchó hasta el último momento. (...) Aquella aventura creadora singular de *La casa del Ángel*, *La caía*, *La mano en la trampa*, donde se abolía el abismo que suele existir entre la imaginación literaria y la expresión cinematografía, es ya irrepetible (Mahieu, 1986: 168).

Si bien no se ha referido a duplas creativas, Gardner (1993) ha señalado que los creativos de su muestra, principalmente en el momento de mayor avance en sus producciones, han establecido relaciones particulares y confidenciales con ciertas personas. Son ejemplos de estas relaciones, los vínculos entre Freud y Fliess, Picasso y Braque, Graham y Horst, Eliot, Vivien Eliot y Pound. A partir de estos vínculos, los creativos han obtenido tanto apoyo afectivo como cognitivo, es decir estas personas les han ofrecido, además de contención, comprensión respecto de las ideas y han realizado comentarios y sugerencias pertinentes que les permitieron a los creativos consolidar algunas pensamientos y revisar otros. En algunos casos los creativos realizaron con estas personas trabajos en colaboración, en otros sólo compartieron confidencialmente experiencias personales e ideas respecto de los campos y los modos de crear en ellos.

Chadwick y Courtivron (1993) en el libro *Los Otros importantes. Creatividad y relaciones íntimas*, analizan 13 parejas

creativas famosas. Las autoras intentan mostrar una perspectiva distinta para interpretar los procesos creativos, generalmente definidos como *luchas solitarias de individuos extraordinarios (generalmente hombres)*. En el libro se analizan datos biográficos, los procesos creativos desarrollados por las parejas y el trabajo de cada miembro en el contexto de la relación. Además, se incorporan a los análisis categorías referidas a estereotipos sociales de género, problemas de identidad, competencia y colaboración.

John-Steiner (2000) también presenta argumentos en contra de las perspectivas individualistas de análisis de los procesos creativos. John-Steiner analiza procesos colaborativos y competitivos de duplas creativas del campo de las artes y las ciencias. La autora retoma planteos de la psicología socio-cultural de Vigostky para explicar procesos colaborativos de creaciones y señala que en dichos procesos producen co-construcciones de conocimientos y nuevos productos a partir de las interrelaciones que se producen entre los sujetos y entre éstos, los contextos y los artefactos culturales.

Hemos dicho que la creatividad siempre implica a otros, diversas investigaciones han demostrado que los procesos creativos nunca son individuales. Los otros, que desempeñan diversos roles, siempre condicionan los procesos y los productos creativos. Es indispensable en el campo de investigación de la creatividad profundizar en el análisis de los componentes sociales inherentes a todo proceso creativo. Al mismo tiempo, es importante comprender la incidencia de los otros en el proceso creativo desde una perspectiva dialéctica que incorpore al sujeto y las construcciones y reconstrucciones que este realiza. Es decir, es el sujeto el que va construyendo y reconstruyendo relaciones con los otros y con los objetos que van configurando y transformando los procesos creativos.

Crear: entre abundancia y escasez

A partir del análisis de las biografías de los creadores seleccionados, observamos que tanto la abundancia como la

escasez definen a los procesos creativos. Por un lado, abundancia de ideas, conocimientos, motivaciones, intercambios y por el otro, escasez de recursos, apoyo y reconocimiento. En párrafos anteriores hemos mencionado algunas *abundancias*, éstas conviven con la permanente escasez o dificultad para conseguir recursos y *sponsors*, situaciones que han generado *procesos creativos paralelos*. Además de crear sus obras, muchos de los creativos han inventado los propios recursos necesarios para sus producciones. La escasez de recursos económicos y la búsqueda de formas alternativas de generarlos, también ha sido una constante en la vida de Favalloro y a la vez, un determinante de su muerte.

Con una excepcional voluntad, las investigaciones de Leloir en el Instituto avanzaron superando los inconvenientes que provocaba el muy modesto presupuesto disponible. Esta circunstancia lo exigía a usar toda su creatividad para concebir, en forma artesanal, parte del complejo instrumental necesario (<http://www.biblioteca.anm.edu.ar/leloir.htm>).

Ese primer laboratorio se encontraba en un edificio precario: *Los días de lluvia había goteras y solía correr el agua por fuera y por dentro de las paredes (...) con la escarcha afuera, era tal el frío, que había que calzar zuecos y poner rejillas de madera sobre el piso glacial para que el profesor y los alumnos pudieran permanecer de pie, haciendo las demostraciones (...) Es falsa la creencia de que bastan los recursos y los laboratorios o los sueldos para tener ciencia. Esta depende de hombres selectos, no de edificios suntuosos...*" (www.houssay.org.ar).

La capacidad de las personas de generar recursos también parece determinar los procesos creativos. Encontrar soluciones divergentes a los múltiples problemas que emergen, frecuentemente no asociados a los campos específicos y a las producciones en los mismos, es una capacidad que varios de los creativos de la muestra han debido desarrollar y poner en juego a fin de sostener sus propósitos y no sacrificar sus obras. Si bien podría considerarse que la escasez de recursos y apoyo es un condicionante negativo de la creatividad, entendemos que es

necesario analizar cómo los creativos transforman las dificultades en posibilidades. Tal vez, las abundancias (ideas, conocimientos, motivaciones) hacen que las carencias y problemas se resuelvan a partir de la generación de nuevos procesos y productos creativos.

Cierta capacidad de resiliencia y afrontamiento de los obstáculos parece vincularse estrechamente con las posibilidades de desarrollar procesos creativos. La escasez de recursos materiales es un obstáculo que creativos afrontan agregando *más creatividad* a los procesos. No solo crean ideas, productos y resuelven problemas, sino que a la vez generan, creativamente, los recursos necesarios para desarrollar ideas y resolver problemas. Tal como han señalado Sternberg y Lubart (1997) para la creatividad son necesarios contextos donde no solo abunden las posibilidades sino que también se presenten algunos obstáculos que desafíen a las personas.

Crear: entre esclavitudes y libertades

A pesar de ser creativos en lo que hacen, aprovechar y construir libertades para producir en los campos y revolucionarlos, varias de las personas analizadas, en sus trabajos cotidianos se ajustan a normas, rutinas y formas preestablecidas de hacer las cosas de las cuales les es difícil apartarse. Una mezcla extraña entre libertad y esclavitud para definir el trabajo diario de muchos de los creativos de la muestra. Tal vez, estas rutinas establezcan un poco de orden y faciliten la productividad de los creadores. Por ejemplo, algunos se niegan a cambiar o *actualizar* los recursos que utilizan para producir sus obras, otros sostienen rutinas rigurosas de trabajo y de tiempo libre

(¿Cómo escribe?) A mano. Con lapicera, en cuaderno cuadriculado. Tapa blanda, los cuadernos más baratos posible. Nunca caí en la tentación de las computadoras. Y no soy exigente: no necesito que el cuaderno sea cuadriculado. Los uso así porque pienso que permiten poner un poco más de orden, porque pese a que trato de escribir claramente a veces no entiendo mi letra y por la tarde no sé lo que

escribí a la mañana (Bioy Casares, 1997. Entrevista de Arteaga y Caligaris. Diario la Nación).

La rutina diaria comenzaba a las 8 horas en punto donde reunía en su despacho a un grupo de sus colaboradores inmediatos en el terreno administrativo, técnico y científico. La rutina se repetía todos los días, el sábado inclusive. Desde las 9 horas hasta las 12 horas repartía su tiempo en dictar cartas, leer, discutir problemas científicos con sus colaboradores, en recibir visitantes distinguidos que lo consultaban sobre diversos problemas (...) A las 14 horas regresaba para operar sus animales con la ayuda de personal médico o veterinario o simplemente técnicos. La operación duraba dos o tres horas (...) Luego recorría Houssay por última vez el laboratorio para informarse del estado de las investigaciones... (www.houssay.org.ar).

Era extremadamente metódico, empezaba el día leyendo el diario (...) después de trabajar se iba al bar El Cairo donde escuchaba y veía pasar la vida (...) Era una esponja permanente chupaba todo de su alrededor... (Documental Fontanarrosa. Vida, pasión y humor).

Durante el proceso de transformación de ideas en productos, los creativos se convierten en esclavos de sus obras. Tal como plantea Cortázar, son *poseídos* por lo que están haciendo, se concentran totalmente en esa actividad, abandonando o relegando incluso necesidades fisiológicas. Se produce una pérdida temporal del sentido del tiempo y del espacio y una fuerte orientación de todas las acciones hacia el logro de las metas establecidas: producir un texto, una pintura, una canción, una actuación, etc. Además, los creativos son poseídos al punto de no saber, en ciertos momentos, hacia donde se conducen sus obras, no pueden anticipar el devenir de las mismas, éstas parecieran cobrar vida y transformarse sin que los creadores puedan percibirlo.

Cuando estoy llegando al punto central de lo que voy a decir, (...) soy poseído por lo que estoy haciendo, todo el final de rayuela fue escrito en condiciones físicas tremendas porque yo me olvidé del

tiempo, no sabía si era de día o de noche, mi mujer venía con un tazón de sopa o me decía hay que dormir un poco (...) antes de eso habían pasado dos años en los que yo no había hecho nada, escribía un capítulo, otro, luego hay un momento en que todo se concentra y tienes que terminar (Cortázar, 1977. Entrevista programa A Fondo).

Cuando empecé a flotar en las grandes olas de música, no me importó ni el público, ni el mismo Stravinsky. Me dejé llevar por esa marea que me envolvía y de la que yo formaba parte (...) Cuando llegamos a la última página (...) sentí que acababa de vivir una hora como fuera del mundo. Que había escapado, durante ese tiempo, no sé de qué ley de gravedad”(Ocampo. En Colección, 2006: 91).

Me pongo a escribir y a medida que me embalo (...) empiezan a salir solas las cosas (...) el artista parte de una oscura intención global, pero no sabe lo que realmente quiere hasta que la obra está concluida, y a veces, ni siquiera entonces (Sábato. En Correa, 1971: 181-182).

Era una maquina de dibujar, agarraba un cuadernito y no paraba de dibujar, pasaba con fluidez de un dibujo a otro (Fontanarrosa vida, pasión y humor, 2008).

Las características de estas *posesiones*, se condicen claramente con los rasgos de los procesos de fluir definidos por Csikszentmihalyi (1996). Según el autor, la claridad de metas, las respuestas inmediatas a las propias acciones, el equilibrio entre dificultades y destrezas, las relaciones entre actividad y conciencia, la extracción de distracciones, la ausencia de miedo al fracaso, la desaparición de la autoconciencia, la distorsión del tiempo y el carácter autotélico de las actividades, son características que definen a los procesos de fluir. Asimismo, las experiencias de fluir están asociadas a sensaciones de bienestar y placer y no dependen de los campos y las acciones que en estos se desarrollan, artistas, científicos, deportistas, religiosos, entre otros, han descrito experiencias de fluir en sus actividades.

Cuando los creativos de la muestra describen los trabajos que realizan, se observan múltiples experiencias de fluir, donde la concentración se potencia al máximo, todas las metas se orientan hacia la actividad y se pierden nociones de tiempos y espacios. En pos de sostener los objetivos referidos a la actividad, se transgreden o relegan obligaciones y normas. La frecuencia de las experiencias de fluir no es regular ni predecible, atrapan a los creativos en algunos momentos inesperados o bien, los abandonan por largos períodos. Varios de los creativos han manifestado que han pasado largos períodos en donde no se les ocurrían ideas valiosas ni producían obras originales. Estos períodos, que generalmente se ubican en las transiciones entre grandes obras, ocasionan dificultades y sentimientos negativos en los creativos.

Crear: entre placeres y dolores

Crear y ser *poseídos* por experiencias de fluir parece generar placer y bienestar en los creativos. No obstante, en el proceso creativo también juega un papel destacado el dolor, la tristeza y la soledad. Los procesos creativos se configuran a partir de la confluencia de placeres y dolores, sentimientos que emergen desde el inicio de la ideas hasta el final de la producción. Los sentimientos se constituyen a la vez, en fuentes de inspiración y motores de los procesos de creación.

...sufro cuando termino y no sé si ese será el último. Entonces puedo tener largos insomnios (...) durante algún esbozo de insomnio se me han ocurrido claramente mis cuentos, mis novelas. Y he tenido esos regalos del destino que son los libros para hacer. Mi placer no termina con la ocurrencia, se renueva cada día cuando tomo mi lapicera de pluma... escribir es algo así como un gran consuelo ante muchos dolores atroces... (Bioy Casares. En Braceli, 1997:83).

(Le digo Borges que Sábato ha confesado, muchas veces, que para él, escribir es un desgarramiento) A mí me sucede todo lo contrario: es un alivio, me ayuda a olvidarme de mí mismo o de mi circunstancia (Borges. En Barone, 1996:50).

Vivo como habitado por lo imaginario, que se superpone a lo que me rodea, lo modifica y lo desplaza. Es un sentimiento a la vez maravilloso e inquietante, un periodo en el que se acumulan las coincidencias, y los encuentros, como si el libro y la realidad exterior se invadieran mutuamente hasta el día —siempre triste para mí— del punto final. (Cortázar, www.clubcultura.com/clubliteratura/clubescritores/cortazar/barnecbea.pdf).

La complejidad del proceso creativo parece estar dada por la confluencia de acciones, sentimientos y condicionantes que interactúan continuamente. La creación es un trabajo que implica esfuerzo y dedicación, pero a la vez una actividad placentera que genera bienestar y satisfacción en los creativos. Asimismo, la creación supone una mezcla de esclavitudes y libertades, los creativos se toman libertades respecto de los campos y los ámbitos, los revolucionan y se apartan de sus normas y reglas, pero al mismo tiempo el trabajo de creación implica someterse a rutinas y *posesiones*, en las que los propios creativos se convierten en esclavos del proceso y de sus obras. El proceso creativo también parece depender de los intercambios que creadores puedan realizar con otros significativos, ya sean seguidores o detractores.

Han pasado cerca de 40 años desde que comencé a realizar investigaciones y en ellos ha habido algunos que exigieron realizar trabajo muy duro pero también he disfrutado momentos agradables. Uno de ellos es el placer intelectual de describir hechos desconocidos (...) algunos de los períodos más placenteros de mi carrera han sido aquellos en los que pude trabajar con gente entusiasta de mente clara y que tenían un buen sentido del humor (...) La parte menos agradable de la investigación que es el trabajo de rutina y la sensación de fracaso que acompaña a la mayoría de los experimentos, está más que compensada por los aspectos agradables... (Leloir, 1983 En Paladini, 2007: 187).

¡Cuántas veces, hundido en negras depresiones, en la más desesperada angustia, el acto creativo ha sido mi salvación, mi baluarte! (Sábato, 1998: 181).

Una buena parte de mis cuentos han nacido de estados neuróticos, obsesiones, fobias, pesadillas. Nunca se me ocurrió ir al psicoanalista; mis tormentas personales las fui resolviendo a mi manera, es decir, con mi máquina de escribir y ese sentido del humor que me reprochan las personas serias. Entonces, más que un cuento o una novela, es el escribir mismo mi acto de exorcismo (Cortázar, www.clubcultura.com/clubliteratura/clubescritores/cortazar/barnechea.pdf).

Si bien Leloir se refiere al trabajo de investigación, sus afirmaciones pueden ser válidas para definir las actividades en otros campos, en todas ellas parecen haber momentos agradables y desagradables sin embargo, el saldo es positivo. Los creativos reconocen dificultades, obstáculos y situaciones desagradables, no obstante siempre destacan el valor que para ellos tiene poder dedicarse a lo que les gusta, los hace felices o al menos les alivia el dolor y los *salva*...

Crear es mucho más que un proceso cognitivo

Mientras que en muchas ocasiones suele asociarse a la creatividad con la generación espontánea de ideas, los insight y el *fluir* casi automático, el análisis de las vidas y las producciones de los creativos nos demuestra que crear es un trabajo que implica esfuerzo, dedicación y *transpiración*. Sin embargo, es un *trabajo* placentero del cual la mayoría de los creativos disfruta, al menos en algunas etapas de la creación. Este trabajo no puede realizarse sino es sobre la base de conocimientos acerca de los campos y los ámbitos, y también cierta dosis de *cualidades* personales como perseverancia, capacidad de asumir riesgos y mantener las propias convicciones, tolerancia a la ambigüedad, entre otras. El papel de los *otros* también es determinante durante el proceso creativo, sean éstos colegas, colaboradores, críticos, censuradores, tutores, mecenas, discípulos, parejas, etc. Tal como hemos señalado, estas personas, desde los roles que cada una cumple, inciden en el proceso de creación, a veces ayudando y otras dificultado el camino. Asimismo, los sentimientos y las emociones parecen jugar un papel principal durante todo el proceso creativo, desde la

percepción de problemas y la generación de ideas hasta la culminación de las obras, etapa final que muchas veces deja *vacíos* en los creadores y genera angustia y soledades que luego son disipadas en a partir de las nuevas ideas.

También hemos dicho que la creación se produce entre la abundancia y la escasez, no obstante consideramos que lo más relevante es destacar la capacidad de los creativos de redefinir situaciones, transformar lo negativo en positivo y generar recursos, ideas y posibilidades. Esta capacidad parece ser determinante durante todo el proceso de creación y durante la vida de los creativos en general. Quizás, gran parte de la creatividad radique precisamente en esta capacidad de generación de oportunidades a partir lo existente, sea esto escaso, defectuoso o invisible en una primera apreciación. En el apartado sobre la vida de los creativos también nos hemos referido a esta capacidad, que han muchas veces han puesto en acción para afrontar situaciones traumáticas y pérdidas durante la infancia y la adolescencia.

A partir del análisis de las vidas y las producciones de los creativos, observamos que la creatividad es mucho más que un proceso cognitivo. En cada proceso creativo parecen confluír aspectos subjetivos como rasgos de personalidad, sentimientos, emociones, recursos cognitivos, conocimientos previos, y aspectos contextuales referidos a los vínculos con personas significativas, a las oportunidades que ofrecen los entornos, a los recursos disponibles y *generables*. La creatividad parece depender de estos condicionantes y de las características particulares que los mismos adquieren en cada sujeto, contexto y momento en particular. Pareciera que la ausencia de algunos de estos condicionantes dificultara el proceso, no obstante las capacidades de generación de posibilidades que han demostrado muchos creativos, suelen compensar y revertir estas ausencias o carencias.

Obras artísticas, científicas, culturales, comunitarias y sociales, revoluciones en los campos, en los ámbitos y en las formas de hacer las cosas, nuevos estilos y estilos propios, nuevas ideas, nuevos problemas y desafíos, son algunas de las *herencias* que

nos dejan los creativos y que intentaremos presentar en el próximo capítulo.

Estudio 2

Parte 3: *Vivir, crear y dejar herencias*

Además de las obras y producciones en los campos, los creativos nos dejan muchas *enseñanzas*, consejos y orientaciones para mejorar los campos, los ámbitos y las vidas de las personas. En muchos casos, los legados trascienden los campos y se orientan a la búsqueda de soluciones y alternativas sociales y comunitarias. Instituciones, organizaciones, grupos de trabajo consolidados, discípulos, también forman parte de las contribuciones de los creativos a los campos y a la sociedad en general.

A partir de los análisis biográficos realizados, presentamos en este apartado algunos de los aportes más destacados de los creativos. Entendemos que estos aportes son significativos no solo para aquellos que se dedican (o desean dedicarse) a los campos sino para todas las personas. Asimismo, nos referimos a algunas características particulares de los creativos, y de las formas en que éstos se vinculan con los contextos, que nos informan acerca de ciertas condiciones necesarias para el despliegue de procesos creativos.

Los creativos ha generado nuevos estilos y formas de actuar en los campos, han abierto espacios y construido alternativas dentro y fuera de los ámbitos específicos. Se han ocupado de temas relevantes para la sociedad como son la salud, la educación, la ciencia y las artes. Resumimos *las herencias* de los creativos, considerando aportes a los campos y ámbitos, a la sociedad, a las mujeres, a los jóvenes y a todas y cada una de las personas.

A los campos y ámbitos

Después de los creativos los campos y los ámbitos ya no son los mismos, sus obras, han revolucionado y convulsionado lo establecido y generado nuevos *movimientos*, estilos y formas de acción. Los creativos han construido nuevas maneras de entender los campos, los ámbitos y las relaciones de éstos con la sociedad, ocasionando muchas veces rupturas, polémicas y resistencias de diversos sectores. Walsh rompe con la literatura infantil escolarizada y moralista, Piazzolla crea *otro* tango (difícil de comprender para algunos), Nilsson genera alternativas al cine comercial y de *entretenimiento* y los descubrimientos de Leloir y Milstein *transforman* la Bioquímica y la Microbiología.

Permeable a las renovaciones, se preocupó por reconducir sus contenidos, experimentando con aquellos modos que mantuvieran contemporánea su forma de expresión (...) modernizó la pintura, investigó las posibilidades del mural, desarrollo el collage y el arte del objeto, transformó el grabado e incursionó en las instalaciones multimedia y en el arte por computadora (...) El ejercicio de una conciencia crítica unida a la sensibilidad del poeta, se constituyen hoy en legado que se revela en su obra (Berni. En Lauria y Llambías, 2000).

Arlt es un emergente de algo difundido, y al mismo tiempo borroso, que está sucediendo en lugares de la sociedad más o menos alejados de los centros de iniciativa cultural tradicionales, moderinantes o de vanguardia. (...) Gran bricolaje, como el de los inventores populares, lo que hace Arlt participa de la estética de la mezcla y sobretodo demuestra hasta el fin lo que un plebeyo puede hacer con la escritura: literatura del desposeído, atravesada entonces por el resentimiento, la ambición, el furor, la codicia y el apuro (Sarlo, 1992: 64).

Si, desde el punto de vista literario, no trae innovación formal, es innegable un nuevo repertorio temático (...) Alfonsina abre su lugar en la literatura. Su poesía será no solo sentimental sino erótica; su relación con la figura

masculina será no solo de sumisión o de queja sino de reivindicación de la diferencia; los lugares de la mujer, sus acciones y sus cualidades aparecen renovados en contra de las tendencias de la moral, la psicología de las pasiones y la retórica convencionales (Sarlo, 1988: 79).

(El humor)...se basa en la observación de tipos sociales y los seres que Niní encarnó configuran una crónica reidera de la época. En nuestro país fue la primera en utilizar la sociología como fuente de comicidad. Modalidad que se practica todavía, acentuando los rasgos grotescos y con una libertad de expresión inimaginable en esa época (Juszko, 2000: 55).

Las *revoluciones* que los creativos han generado en los campos y los ámbitos han contribuido en la consolidación de nuevos espacios, estilos y corrientes en las artes, las ciencias y la cultura en general. Las obras de los creativos y sus formas de relacionarse con los ámbitos y los campos han diversificado las opciones disponibles para los jóvenes interesados por dichas aéreas de conocimiento y acción. Nuevas maneras de hacer ciencia, literatura, artes plásticas, música, cine, danza, humor surgen a partir de legado que nos dejan los creativos de nuestro estudio.

Además, las obras y las producciones de los creativos tienen otra particularidad destacable que emerge de las entramadas relaciones entre las variables creatividad, tiempo y realidad. Muchas de las obras de los creativos se adelantan en el tiempo, anticipan y predicen el futuro y a la vez adquieren cierta inmortalidad o vigencia permanente. Las producciones parecen no envejecer, sirven para interpretar la realidad y los sentimientos de las personas en distintos momentos históricos. Los cuadros de Quinquela, *Mafalda* de Quino, *Manifestación* de Berni y *Cambalache* de Discépolo ejemplifican nuestro planteo.

Los cuadros de Quinquela no se parecían a la realidad de La Boca. Estaban más allá del tiempo, presentidos, imaginados y, a pesar de todo, entrañablemente ciertos. Ahora, La Boca comienza a asemejarse a las telas de su pintor (Prilutzky En Colección, 2006: 137).

Los campos y los ámbitos han heredado de los creativos nuevas obras, producciones, estilos y formas de trabajo. Modificaciones sustantivas se han producido en los campos artísticos, culturales y científicos en los que se desempeñaron los creativos. Además, a partir de estas *revoluciones*, los creadores *abren caminos* a las nuevas generaciones, generaron alternativas, espacios y posibilidades dentro de los campos, los ámbitos y los contextos en general.

A la sociedad

No solo nos quedan como herencia descubrimientos científicos, obras literarias, humorísticas, musicales y plásticas, producciones cinematográficas, los creativos nos dejan instituciones, organizaciones, fundaciones, grupos, discípulos que dan continuidad a sus producciones, generan nuevos espacios, nuevas ocasiones para la creatividad haciendo infinitas e ilimitadas las contribuciones de los creativos. El CONICET, el Ballet Argentino, la Fundación Favaloro, Villa Ocampo son algunas de la herencias que hemos recibido de los creativos.

Victoria Ocampo, capataza intelectual rioplatense (Sarlo, 1988), a partir de sus múltiples proyectos, eventos, reuniones, tertulias, producciones editoriales, posibilitó no solo la publicación de obras de escritores (reconocidos y noveles) sino también las vinculaciones e intercambios entre intelectuales nacionales y extranjero. Ocampo *trajo* al país intelectuales de diversos campos, nuevos estilos, vanguardias y generó proyectos innovadores para la sociedad de aquella época. Asimismo, su condición de mujer adiciona innovación en sus propuestas, generaron múltiples resistencias, controversias y críticas.

Grandes contribuciones ha realizado Houssay a la educación y la investigación del país, además de crear el CONICET, ha definido principios básicos que deberían regir a las instituciones educativas y científicas. La dedicación exclusiva de los profesores universitarios ha sido una de sus principales propuestas para la mejora de la educación superior y la investigación en general. A pesar de los avances que se han producido, cinco décadas después

de los planteos de Houssay, la dedicación exclusiva parece ser la condición de unos pocos profesores universitarios.

La salud, la educación y la investigación han sido las grandes preocupaciones (y ocupaciones) de Favaloro, quien ha creado instituciones en las que se han articulado estas acciones realizando significativas contribuciones sociales. Además, el médico ha dejado *enseñanzas* y principios básicos referidos a la promoción de la educación y la salud en la comunidad. Dedicó gran parte de su tiempo a la enseñanza, tanto a nivel profesional como popular, la participación en la serie televisiva *Los grandes temas médicos es un ejemplo de articulación entre educación, prevención y salud comunitaria*.

Popularizar la danza clásica y generar nuevas producciones artísticas integrando músicas y danzas diversas han sido dos de las contribuciones más relevantes de Julio Bocca. Espectáculos en espacios *impensables* para la danza clásica como en la calle o las canchas de fútbol comienzan a generarse a partir de la iniciativa de Bocca. Asimismo, el Ballet Argentino y Fundación Julio Bocca son *obras* del creativo de gran valor cultural y social tanto en la difusión de la danza como en la formación de nuevos artistas.

Las herencias de los creativos a la sociedad trascienden las fronteras de los campos y los ámbitos específicos. Fundaciones, instituciones, principios orientadores, colaboraciones en campañas orientadas al bien común, son algunos de los aportes de los creadores a la sociedad en general. Los creativos que hemos estudiado no se han dedicado exclusivamente a sus campos de intervención, han incursionado en otros espacios generando productos creativos relevantes socialmente. Apertura a la experiencia y red de empresas son construcciones conceptuales que los investigadores han vinculado a la creatividad (Wallace y Gruber, 1989; McCrae, 1987) Acciones como las que hemos mencionado en este apartado nos permiten observar estas vinculaciones en casos concretos de creativos con mayúsculas.

A las mujeres

Las creativas también dejan sus herencias a otras mujeres, les abren caminos y les generan oportunidades, espacios y alternativas en campos y ámbitos que parecen solo para hombres. Las creativas además de las revoluciones propias de sus obras, alteran el orden establecido por la distribución tradicional de roles según género. Victoria Ocampo, Alfonsina Storni y Nini Marshall transgreden lo instituido para las mujeres de las primeras décadas del siglo XX. Por ejemplo, Ocampo hace caso omiso al consejo de Groussac (*escribir sobre temas femeninos*) y se dedica a los grandes temas de la literatura, supuestamente exclusivo para escritores hombres. Los viajes, las reuniones, las estadías de Ocampo con destacados y diversos artistas e intelectuales del país y del mundo, tampoco son *bien vistas*. Asimismo, los temas sobre los que escribe Storni también se alejan de lo *esperable y aceptable* en los años veinte. Sexualidad, sensualidad y erotismo aparecen como temas centrales de la obra de Storni generando al comienzo, controversias y escándalos en algunos ámbitos especializados y en la sociedad en general.

Beatriz Sarlo (1988) analiza el trabajo de tres mujeres destacadas de las primeras décadas del siglo XX: Norah Lange, Victoria Ocampo y Alfonsina Storni. La investigadora reconoce grandes diferencias entre estas mujeres en cuanto a origen social y económico, formación y vinculación con miembros de ámbitos. Además, analiza el trabajo de estas mujeres en ámbitos y campos *masculinos*, considerando no solo las desventajas que debieron afrontar sino también cómo potenciaron sus diferencias respecto del género dominante.

(Storni) Su impulso es la refutación de la hipocresía y del doble discurso como forma de relación entre hombres y mujeres, en especial respecto de las cuestiones morales básicas. (...) al trabajar con una retórica fácil y conocida hace posible que esa moral diferente sea leída por un público mucho más amplio que el de las innovaciones de la vanguardia (Sarlo, 1988: 80-81).

Libro (De Francesca a Beatrice) que cumple una función doble: intranquilizar al medio rioplatense del que Victoria Ocampo se ha alejado; tranquilizar a Victoria respecto de sus posibilidades intelectuales (...) Ha tocado el límite de lo socialmente aceptable, de los prejuicios donde se cruzan género sexual y género literario (...) Poseída por su clase, por la naturaleza y el deseo, a los treinta años, Victoria Ocampo, comienza a cambiar los términos de esa posesión. (...) La historia termina con éxito cuando Victoria Ocampo, en 1931, se convierte en una suerte de capataza cultural rioplatense. En el mismo momento, comenzará a regir sobre su cuerpo con la libertad de los hombres (Sarlo, 1988: 93).

Ocampo y Storni también muestran nuevas formas de entender la figura de la mujer y sus roles en la sociedad, ampliando visiones y cuestionando estereotipos sociales y culturales.

(Storni) Traza un perfil de mujer cerebral y sensual al mismo tiempo, en una complejización del arquetipo femenino (Sarlo, 1988: 82).

Las creativas parecen haber tenido que sortear mayores obstáculos que sus pares hombres. Si ser creativos implica vencer dificultades y buscar alternativas a las situaciones conflictivas o negativas, ser una mujer creativa implicar desafíos adicionales. Además de intentar convencer a los ámbitos y a la sociedad en general acerca del valor de las obras y producciones, las mujeres, especialmente las que se desempeñaron a principios del siglo pasado, deben legitimar constantemente sus posiciones, acciones y producciones. Sostener los pactos con la creatividad y los intereses personales supone para las mujeres, en la mayoría de los casos, mayores esfuerzos, renuncias y resignaciones. Investigaciones previas también han indicado que las mujeres creativas deben sortear una amplia variedad de obstáculos sociales y familiares para poder desempeñarse y desarrollarse exitosamente en los campos de interés (Kirschenbaum y Reis, 1997; Walberg, et al 1996; Corbin Sicoli, 1995).

Estos procesos de legitimación son evidentemente costosos. Alguien como Victoria Ocampo (...) necesitó casi treinta años para construirse una figura de intelectual, que hoy aparece como terminada y se vincula con *Sur* (Sarlo, 1988: 85).

La constancia, la tenacidad y los esfuerzos de las creativas de nuestra muestra han contribuido en la construcción de nuevos espacios para las mujeres y en la consolidación de nuevos roles y papeles sociales y culturales. Abrir espacios en campos restringidos para las mujeres ha sido uno de los grandes aportes las creativas.

Las diferencias de género en creatividad están asociadas a estereotipos y prejuicios sociales aún vigentes, algunos campos y ámbitos siguen siendo de difícil acceso para las mujeres. Asimismo, hemos dicho que la creatividad necesita tiempo, la construcción de tiempos para el desarrollo en campos específicos en el caso de las mujeres parece ser más compleja que en los hombres. Compatibilizar tiempos y obligaciones familiares que generalmente recaen casi de manera exclusiva en las mujeres, es el gran desafío de las creativas de nuestra época. Prejuicios, estereotipos, responsabilidades acumuladas, *integración* de tiempos personales, familiares y profesionales configuran un contexto complejo para las creativas que, lejos de amedrentarlas, parece interpelarlas a seguir creando y buscando espacios.

A los jóvenes

Los creativos también dejan a los jóvenes *consejos* acerca de formas de desempeñarse en los campos y ámbitos. Formación, esfuerzo, dedicación, responsabilidad, honestidad, perseverancia son algunas de las *enseñanzas* que los creativos señalan para los jóvenes. Asimismo, ofrecen algunas orientaciones prácticas específicas para cada campo, como por ejemplo no apresurarse a publicar en el caso de los escritores y elegir directores y temas adecuados para los científicos.

Antes que nada, que el médico estudie, estudie y estudie, y se capacite para salvar la deficitaria formación que tiene. Un consejo, si cabe, es que esta capacitación profesional exige ser honesto, por un lado, y respetar al paciente, por el otro, con toda responsabilidad (Favaloro. www.unrc.edu.ar/publicar/19/nota5.htm).

Debería tener paciencia y recorrer casas editoras, intentando comprender que es lo que quiere hacer realmente en su vida. Yo no he deseado otra cosa en mi vida que ser dibujante. No he hecho otra cosa que dibujar desde pequeño. Debe tener presente que no es una actividad que se puede tratar como hobby, trabajando mientras en un banco o haciendo cualquier otra profesión. Este trabajo tiene que ser considerado por lo que es: una profesión (www.quino.com.ar).

...no publicar prematuramente, pecado cotidiano en nuestros países (...). Tiré miles de páginas antes de publicar por primera vez, porque si bien respondían a mis impulsos más hondos, algo en mí era capaz de juzgarlas y saber que no merecían imprenta. Jamás me alegraré lo bastante de haber sido tan duro para conmigo mismo (Cortázar. Entrevista realizada por Barnechea).

La influencia de los maestros es capital y marca a los discípulos para toda la vida; ellos enseñan por su ejemplo y por su capacidad. Por tales razones la elección de un buen maestro es sumamente importante, pues de ella suele depender el futuro del joven investigador (www.houssay.org.ar).

Los siete abandonos simbólicos de Leloir señalan su capacidad de advertir cuando un problema está agotado, no está maduro o carece de la instrumentación necesaria para resolverlo. Ésta es una advertencia invaluable para los investigadores noveles que suelen malgastar años de labor por enamorarse de su tema, cuando más le valdría abandonarlo por otro (Paladini, 2007: 196).

Mucho más allá de los campos y ámbitos específicos van las enseñanzas que Sábato deja para los jóvenes. Deposita en ellos toda su confianza y esperanzas de un futuro mejor y a la vez, reconoce la labor de algunos jóvenes que se dedican al prójimo y a la reivindicación de valores que parecen perdidos.

Yo reafirmo mi confianza en ustedes (los jóvenes). Son muchos los que en medio de la tempestad continúan luchando, ofreciendo su tiempo y hasta su propia vida por el otro. En las calles, en las cárceles, en las villas miserias, en los hospitales. Mostrándonos que, en tiempo de triunfalismos falsos, la verdadera resistencia es la que combate por valores que se consideran perdidos (Sábato, 1998: 208).

Distintos tipos de enseñanzas y legados ofrecen los creativos a las nuevas generaciones, consideraciones que estos consejos son de gran valor tanto para aquellos que desean abocarse a los campos particulares como para los jóvenes en general. Reivindicar el valor del trabajo y el esfuerzo, valores que parecen *pasados de moda*, entendemos que es una de las más importantes contribuciones que nos dejan los creativos para los jóvenes (y para todos).

A todos y a cada uno

Buscar y trabajar parecen ser los verbos que más *correlacionan* con CREATIVIDAD. Una de las *enseñanzas* que nos dejan los creativos es que la creatividad es un proceso que implica esfuerzo, dedicación y trabajo. Producir obras creativas no es cuestión sólo de azar, suerte e intuición, si bien estos factores condicionan el proceso, no son suficientes para generar productos originales, novedosos y valiosos. Constancia, convicción y defensa de las propias ideas, capacidad de establecer vínculos significativos y aprovechar las oportunidades que ofrecen los contextos, parecen determinar las posibilidades de ser creativos en los diversos campos y ámbitos de acción.

El trabajo tenaz y concentrado es una fuerza poderosa, como la llama de un soplete que aplicado en un punto fijo de la plancha más dura de acero acaba por ablandarla y taladrarla, mientras que si se pasea de un punto a otro no alcanza ni a entibiarla (www.houssay.org.ar).

A partir de los estudios biográficos realizados, observamos que ciertas características personales se vinculan con el proceso

creativo, determinando en algunos casos su continuidad, desarrollo y éxito. *Caraduras, insistentes, metidos, cuestionadores, tozudos, inquietos*, son algunas de los rasgos personales que definen a la mayoría de los creativos que estudiamos. Estos rasgos cumplen un papel destacado a lo largo de la vida de los creadores, permitiéndoles vincularse de manera particular con los campos, ámbitos y los contextos en general.

También observamos que la creatividad es un proceso de búsqueda constante donde el papel de la motivación, especialmente la intrínseca, es central. Los creativos permanentemente buscan ideas, conocimientos, vínculos, oportunidades, espacios, *tiempos*, que les sirvan para cumplir sus *pactos* con la creatividad.

Las características personales referidas les permiten a los creativos establecer relaciones particulares con los ámbitos y los campos específicos. Por ejemplo, gracias a la *caradurez* y a la vez la constancia, los creativos logran vincularse con miembros especializados de los ámbitos que los ayudan a introducirse en los mismos y a adquirir los conocimientos indispensables para actuar en los campos particulares. Tal como ya hemos mencionado, el trabajo y la dedicación posibilitan el desarrollo de los complejos procesos de transformación de ideas en productos y obras creativas.

La motivación parece estar a la base de muchas de las características personales mencionadas y ser el motor del proceso de la creatividad. Sin motivación, los pactos y los contratos tácitos que los creativos establecen con sus ideas, deseos, proyectos y obras, parecen imposibles de cumplir. Si bien en algunos casos, los motivadores son externos y se vinculan con la adquisición de dinero, reconocimiento, fama, el papel principal lo juegan los motivadores internos, sin los cuales el proceso se vería en riesgo. Todos los creativos han manifestado fuertes deseos y necesidades internas de crear, de producir, de generar obras y productos nuevos, de buscar preguntas y respuestas, problemas y soluciones. Sin negar la existencia y la incidencia de estímulos e intereses externos, la motivación intrínseca parece ser el motor de los

procesos creativos, desde la generación de las ideas y los problemas hasta la generación de obras y productos.

El *sostenimiento* de los procesos creativos implica afrontamiento de los problemas emergentes, resignación de otras actividades y ciertas *esclavitudes*, restricciones y renunciaciones. Los creativos, muchas veces, sacrifican aspectos de su vida personal, familiar y social a fin de mantener los objetivos que se han propuesto en relación a las obras y las producciones. Crear les ofrece a los creativos oportunidades de desplegar sus alas, pero también los limita y condiciona en otras facetas vitales. La vida de los creativos se configura en tensión permanente entre libertades y esclavitudes.

La necesidad de buscar conocimientos también es una constante en la vida de los creativos y a la vez una *enseñanza* que nos dejan. Algunos de los creativos de la muestra no han asistido por mucho tiempo a instituciones educativas formales, tanto de educación en general como de formación en los campos específicos. Sin embargo han desarrollado búsquedas personales de espacios donde adquirir los conocimientos necesarios para desempeñarse en los campos y de contactos con personas que pudieran orientarlos en sus *búsquedas*.

Ser autodidactas, buscar espacios no formales de aprendizaje y apartarse de ciertas academias y escuelas oficiales de arte, música, etc., define la vida de algunos creativos. Bibliotecas populares, librerías, tertulias, cafés, escuelas artísticas barriales, son algunos de los *espacios no formales* en los que los creativos buscan oportunidades para aprender conocimientos específicos de los campos, formas de desempeñarse en ellos y también maneras de apartarse o generar propuestas y productos nuevos. El valor del trabajo en equipo y la generosidad también son *enseñanzas* que nos dejan algunos creativos.

La información bioquímica de Leloir era actualizada y completa porque estaba suscripto personalmente a las revistas más importantes (...) que generosamente, cedía al instituto... (Stropani, 2000. En Paladini, 2007: 29) (...) Cuando Leloir recibió la noticia de su premio Nobel, se

apresuró a declarar públicamente, con gran generosidad, que el premio debía ser compartido con sus colaboradores (Paladini, 2007: 193-194).

Nunca recibí distinciones a título personal. Para mí el "nosotros" siempre estuvo por encima del "yo"(Favaloro, 1997. www.fundacionfavaloro.org/pagina_pensamientos.htm)

Muchas herencias hemos recibido de los creativos, sus aportes no se han limitado a los campos específicos sino que se han extendido a diversos contextos. La educación, la salud, la investigación, la *popularización* de las artes han sido algunas de las preocupaciones, y ocupaciones, de los creativos de nuestro estudio. Las obras y producciones de los creativos han mostrado y denunciado realidades *ocultadas*, han servido para interpretar situaciones complejas, han generado nuevos estilos, escuelas y formas, han revolucionado los campos y los ámbitos. En la mayoría de los casos, los creativos también han sabido dejar sus legados y proyectos en manos de personas capaces de darles continuidad, haciendo sus obras *inmortales*.

Contribuciones del Estudio 2

Dos cuestiones nos parecen centrales para comprender los procesos de despliegue de la creatividad y de generación de productos creativos, por un lado, el aprovechamiento que los creativos (o potenciales creativos) realizan de las oportunidades disponibles en diversos contextos y por el otro, las resignificaciones y en cierta medida también el *aprovechamiento*, de los obstáculos y las dificultades que se les van presentado a lo largo de la vida. Sortear obstáculos, transformarlos en posibilidades y usar las oportunidades disponibles son decisiones determinantes que toman los creativos a fin de poder sostener los pactos (tácitos o explícitos) con la creatividad. Resignaciones y renunciaciones de diversa índole, también permiten que los pactos puedan ser mantenidos en el tiempo y que la lealtad a la creatividad no se pierda. Aprovechar oportunidades, sortear obstáculos, generar espacios y posibilidades, sostener el pacto a

costa de renunciaciones y resignaciones, sólo es posible gracias a la motivación intrínseca, el motor principal de todo el proceso creativo.

Crear, revolucionar los campos y generar obras y producciones creativas son acciones que están condicionadas por múltiples factores y contextos que actúan de manera interrelacionada, generando a la vez oportunidades y obstáculos. Los análisis biográficos han demostrado que estos múltiples factores subjetivos y contextuales se interrelacionan durante los procesos creativos creando configuraciones particulares en cada sujeto. Estas configuraciones particulares determinan las posibilidades y oportunidades de desplegar las potencialidades creadoras, producir revoluciones en los campos, ingresar en los ámbitos especializados y lograr el reconocimiento de la sociedad.

Ciertas *características de personalidad* parecen condicionar los procesos creativos. Los análisis biográficos que hemos realizado indican que la tenacidad y la constancia son características que definen a varios de los creativos estudiados. Sin estas características, en muchos casos, sostener el pacto con la creatividad no hubiese sido factible. Los creativos, venciendo obstáculos y generando espacios y oportunidades, han insistido, perseverado y luchado para que sus obras fueran reconocidas y *aceptadas* por los ámbitos y la sociedad en general. La constancia y la tenacidad también se asocian con otras características de personalidad vinculadas con la creatividad: la convicción en las propias ideas y la defensa de las mismas (Sternberg y Lubart, 1997). Asimismo, en la vida de los creativos la constancia y la tenacidad están relacionadas con la energía y cierta *inquietud* o imposibilidad de quedarse quietos hasta no conseguir sus propósitos.

La paciencia es una característica relacionada con la constancia y la tenacidad que determina las posibilidades de desarrollo y sostenimiento de los procesos creativos. Caradurez, audacia y osadía también son rasgos que definen a algunos creativos y que les han permitido ingresar a los ámbitos, revolucionar los campos y producir obras originales, novedosas y

valiosas. La rebeldía y las polémicas han acompañado a muchos de los creativos estudiados, sus ideas (referidas no solo a los campos específicos en los que trabajaban) no siempre *encajaron* con lo *políticamente correcto* y con lo esperable en determinados momentos históricos y sociales. Muchas de las ideas de los creativos, especialmente las referidas a otros campos, fueron polémicas y despertaron tanto admiración como rechazo. En este estudio no nos interesa ofrecer argumentos a favor o en contra de las posturas de los creativos, solo señalamos que *ser polémicos*, o al menos no neutrales, es una característica que parece definirlos.

Varios autores coinciden en señalar que la personalidad de los creadores se caracteriza por la complejidad, lo que dificulta el establecimiento de relaciones unívocas entre creatividad y ciertos rasgos personales (Csikszentmihalyi, 1996; Alonso Monreal, 2000). Asimismo, y coincidiendo con Sternberg y Lubart (1997), consideramos la personalidad debe comprenderse como una construcción dinámica que está condicionada por la historia vital de los sujetos, las situaciones y los eventos particulares y los condicionantes contextuales.

Son determinantes para el desarrollo de la creatividad las relaciones que los creativos han establecido a lo largo de su vida con ciertas *personas significativas*. Éstas les han ofrecido apoyo emocional y económico, han contribuido en su formación específica, les han brindado conocimientos teóricos, técnicos y prácticos acerca de cómo actuar en los campos y ámbitos específicos, han colaborado en la producción de sus obras y han reconocido la relevancia de los productos generados. Los críticos, los detractores y los censuradores también han jugado un papel importante en la vida y en la obra de los creativos, han puesto obstáculos pero a la vez han contribuido, ya que los creativos se han esforzado por mejorar sus producciones y hacerlas *visibles* a pesar de las censuras.

Otro dato que nos resulta muy significativo para comprender los procesos de despliegue de la creatividad se vincula con los contactos y las relaciones que los creativos de la muestra han establecido entre sí en distintos momentos de sus vidas. Los

creativos han compartido espacios y contextos particulares como tertulias, cafés y reuniones informales. Varios de los creativos de la muestra han trabajado en colaboración y generado proyectos que muchas veces integraban diversos campos y ámbitos de acción. Asimismo, es de destacar que los creativos de nuestra muestra también se han vinculado con algunos de los creativos seleccionados en el estudio de Gardner (1993) como por ejemplo Victoria Ocampo con Igor Stravinsky y Antonio Berni con Pablo Picasso.

Los *contextos* en los que se han desarrollado los creativos también parecen ser determinantes de las posibilidades de desplegar los potenciales creadores. La escuela oficial, como entorno general, en la mayoría de los casos no aparece como un contexto demasiado influyente en la vida de los creativos. No obstante, las vinculaciones que los creativos establecen como algunos maestros y profesores sí parecen ser determinantes, al menos en las primeras elecciones respecto de los campos de interés. Estos primeros maestros y profesores ofrecen orientaciones respecto de lecturas, contactos y formas de ingresar a los ámbitos. Varios de los creativos de la muestra no han culminado la educación media, sin embargo han sabido buscar otros espacios y otras formas de aprendizaje. Contextos no formales como bibliotecas, cafés, tertulias, clases particulares, instituciones artísticas barriales fueron algunos de los espacios que encontraron y generaron los creativos para adquirir los conocimientos necesarios para sus producciones. El papel de la lectura y el aprendizaje autodidáctico es central en la vida de la mayoría de los creativos. El aprendizaje a partir de la observación y la acción sobre la realidad, los ensayos y las *prácticas* solitarias, la lectura de diversos textos y fuentes de información les han permitido a muchos de los creativos acceder a informaciones y conocimientos fuera de los contextos formales de educación y de las *academias* tradicionales. Identificamos contextos y espacios que ofrecieron a los creativos múltiples oportunidades para desplegar la creatividad, producir y mostrar obras. La revista y editorial Sur permitió que autores de diversas escuelas, corrientes e ideologías publicaran sus obras y las mostraran al mundo. Diarios como el Mundo y Crítica también brindaron a los creativos espacios para

expresarse y exponer sus producciones. El reconocimiento social que varios de los creativos lograron está asociado a la difusión de sus obras a través de las mencionadas publicaciones. Victoria Ocampo, directora de Sur y Natalio Botana, director de Crítica, son figuras centrales de la cultura argentina de las primeras décadas del siglo XX. En tanto creadores de oportunidades y espacios, sin la acción de estas personas muchas de las obras de los creativos de nuestra muestra nunca hubiesen *salido a la luz*.

Los obstáculos y las limitaciones también parecen jugar un papel importante durante los procesos creativos. Los estudios biográficos nos han permitido comprender desde una mirada distinta a los obstáculos y las limitaciones, en la mayoría de los casos, estos no obstruyen los procesos creativos sino que originan y generan nuevas formas de desplegar la creatividad, nuevas maneras de vincularse con los objetos de conocimiento, con los demás, potenciando las capacidades disponibles y generando alternativas ante las dificultades y las limitaciones. En la vida de los creativos, se han presentado obstáculos y limitaciones físicas, políticas y económicas, destacamos las capacidades de estas personas de sortear, neutralizar estas dificultades a partir de la creación de nuevos instrumentos, recursos, espacios y vínculos. Podemos señalar como ejemplo de limitaciones físicas a la ceguera de Borges, el escritor ante la imposibilidad de leer y escribir recurre a diversos colaboradores y resignifica esta *limitación*, señalando que el realidad de trata de una ventaja para él. Las limitaciones en los recursos económicos también han condicionado los procesos creativos de varias de las personalidades estudiadas. No obstante, esto no ha detenido los procesos creativos, sino que los ha ampliado, no solo se han creado obras y productos sino que antes, se debieron crear los recursos necesarios dichas obras. Por ejemplo, Leloir creaba, de forma artesanal y utilizando objetos de uso cotidiano, los instrumentos y recursos necesarios para las investigaciones.

Asimismo, los creativos han debido sortear diversos obstáculos políticos. La censura de los gobiernos de turno a las producciones de los creativos rasgo común en las biografías analizadas. En muchos casos, el exilio fue la única alternativa en

un contexto donde no solo las obras estaban en peligro, sino también la integridad física y la vida de los creadores. Las censuras han generado procesos aún más creativos, el plus está dado por la búsqueda de formas permitidas de exponer las producciones. Es decir, han *usado* la creatividad no solo para crear las obras, sino también para mostrarlas a pesar de las prohibiciones. Obras prohibidas disfrazadas de permitidas generaron los creativos en períodos de censura y represión. Gran parte de los creativos exiliados se fueron a vivir a París, ciudad que ofrecía muchas oportunidades de expresión artística. En París, los creativos argentinos generaron grupos, organizaciones y se vincularon, creando en algunos casos obras y productos que integran diversos campos y ámbitos. La censura y el exilio parecen haber sido *aprovechados* por los creativos, han sido situaciones vitales que fueron resignificadas y capitalizadas en favor de la creatividad y del sostenimiento del pacto.

Las capacidades de los creativos para transformar lo negativo, resignificar los obstáculos y generar oportunidades parece ser el gran determinante de los procesos de despliegue de la creatividad. Construir alternativas a partir de situaciones difíciles y hasta sacar provecho de los obstáculos y las limitaciones, son acciones llevadas a cabo por los creativos en distintos momentos de sus vidas que les han permitido mantener y regenerar los procesos de creación.

Planteos de las perspectivas biográficas (Vidal, 2003; Brower, 2003; Ippolito y Tweney, 2003; Gruber y Wallace, 1999) resultan relevantes para comprender e interpretar los datos recogidos en el presente estudio. El concepto de *red de iniciativas o empresas* se hace visible permanentemente en la vida de los creativos. Múltiples proyectos y tareas que evolucionan e interactúan definen la vida de los creativos de nuestro estudio. Estos proyectos y tareas no se limitan a los campos específicos, sino que los trascienden. Los creativos se ocupan de diversos campos y problemas, incorporando una perspectiva social que se materializa en la labor de fundaciones y organizaciones sin fines de lucro.

Desde las perspectivas biográficas también es indispensable analizar la *dimensión temporal* de los procesos creativos, es decir cómo éstos evolucionan y se transforman en el tiempo. Los creativos de nuestra muestra, a lo largo de la vida, han modificado sus formas de trabajo, generado nuevos productos y obras, revolucionado los campos existentes y provocado polémicas, resistencias y adhesiones en los ámbitos especializados. Los procesos de transformación de ideas en productos creativos se van diversificando y complejizando. Mientras que la adolescencia y la juventud son etapas en las que predomina el aprendizaje de conocimientos y técnicas específicas, el ensayo de distintas formas de actuar en los campos y la construcción de vínculos con compañeros y tutores, la adultez y la vejez se constituyen en momentos propicios para crear *grandes obras*, que transgreden los límites de los campos, que integran perspectivas y que no se pueden ubicar en ningún estilo ni corriente ya que van más allá de las *academias*.

Hemos afirmado que *la creatividad también necesita tiempo*, tiempo de aprendizajes, tiempo de experiencias, tiempo de avances y retrocesos, tiempo de intercambios, tiempo de trabajo. Con el paso de los años, los creativos se atreven y se desafían a generar productos ya que gozan de la maestría y la riqueza de la experiencia acumulada y a la vez, de la originalidad que el dominio de los campos les permite generar. Estos productos condensan lo viejo y lo nuevo, conocimientos, técnicas y experiencias en los campos y a la vez, nuevas formas de crear y nuevos campos. Asimismo, la *continuidad* es un aspecto de los procesos creativos que se ha observado en los análisis efectuados. Los creativos sostienen sus pactos y contratos con la creatividad a lo largo del tiempo. La creatividad implica procesos y no hechos aislados, no es cuestión de horas, sino de años, décadas, vidas. Persistencia, perseverancia, paciencia, motivación son algunos factores que parecen haber permitido sostener la continuidad de los procesos creativos.

A lo largo de todo el estudio hemos observado cómo la creatividad se va configurando a partir de relaciones sistémicas entre los componentes definidos por Csikszentmihalyi (1996). La

persona cumple un rol destacado, sin embargo, la creatividad no hubiese sido posible sin la incidencia de los ámbitos especializados y de personas significativas. Asimismo, las características de los campos particulares han condicionado las posibilidades de generación de obras y productos creativos. El despliegue de la creatividad parece depender de las interacciones que se producen entre los tres componentes descritos por Csikszentmihalyi (1996). Los sujetos *juegan* con estos componentes, los resignifican, los transforman, los aprovechan, los usan en función de sus objetivos y pactos con la creatividad. Hemos identificado algunas *variables de personalidad* determinantes en el despliegue y la consolidación de los procesos creativos. A lo largo de la vida de los creativos, la motivación intrínseca se constituye en el motor de todo el proceso de despliegue y consolidación de la creatividad.

Hemos presentado dos estudios distintos, uno de la creatividad de la gente común y otro de grandes creadores, sin embargo, tal como el lector habrá podido observar, ciertas similitudes se hacen visibles. Los procesos creativos, independientemente de las mayúsculas y las minúsculas, parecen estar condicionados por una serie de factores subjetivos y contextuales que interactúan permanentemente en diferentes contextos y situaciones. En la próxima Sección, procuramos comprender los procesos creativos más allá de las mayúsculas y las minúsculas.

SECCION MÁS ALLÁ DE LAS MAYÚSCULAS Y LAS MINÚSCULAS

Dos estudios diferentes componen el presente trabajo titulado *La creatividad en personas comunes. Potencialidades en contextos cotidianos*. Sin embargo, a pesar de las diferencias metodológicas y conceptuales, encontramos múltiples similitudes y convergencias que van más allá de las mayúsculas y las minúsculas, de los grandes creadores y de la gente común, de las mecas culturales y de los contextos cotidianos locales, de las revoluciones de los campos y de las producciones creativas personales.

Se preguntarán qué similitudes pueden encontrarse entre Cortázar y la señora que asiste a un taller literario, qué tiene que ver Leloir con los que participan en una ONG o qué vinculaciones existen entre Berni o Quinquela y el señor que pinta en la vecinal de su barrio. En principio diremos, y a fin de argumentar respecto del título de este trabajo, que todas estas personas son *gente común* que se desarrolla en contextos cotidianos. Nada extraño, paranormal o divino distingue a los creativos con mayúsculas de los creativos con minúsculas. Todas son personas comunes que desarrollan procesos creativos en diferentes campos e interactúan con diversas personas y contextos. Obviamente existen diferencias en cuanto a los productos observables de ambos tipos de creativos, estas diferencias están dadas principalmente, por el reconocimiento social de las obras otorgado por los ámbitos especializados y la sociedad en general. Sin embargo ciertos procesos, condicionantes y decisiones parecen determinantes de la creatividad independientemente de las mayúsculas y las minúsculas.

Tres partes componen esta sección, cada una se inicia con una afirmación a partir de la cual se ofrecen argumentos, proposiciones e hipótesis que intentan explicar los procesos creativos. Las afirmaciones han sido construidas a partir de los datos emergentes de los dos estudios y de los análisis teóricos realizados. A pesar de las diferencias en cuanto a supuestos teóricos, metodologías y análisis efectuados, encontramos ciertas

constantes en ambos estudios que nos permiten identificar condicionantes de los procesos creativos más allá de las mayúsculas y las minúsculas.

Los procesos creativos dependen de la construcción de relaciones, espacios, tiempos y oportunidades

En los dos estudios realizados observamos que el despliegue de procesos creativos en diferentes campos depende de las relaciones, los espacios, los tiempos y las oportunidades que construyen los sujetos en interacción con los contextos. Los sujetos construyen y reconstruyen formas particulares de vincularse con los demás, utilizar los espacios y los tiempos disponibles y generar oportunidades. Estas construcciones son determinantes de los procesos creativos.

No podemos comprender la creatividad (las creatividades) si no consideramos el papel de los *otros* en los procesos creativos. *Otros* que representan padres, hermanos, parejas, amigos, compañeros, colegas, profesores, tutores, mentores, representantes, *musas*, detractores, censuradores, etc. El desarrollo de procesos creativos también está condicionado por los destinatarios de las obras y los productos a elaborar. Las percepciones que los creadores tienen respecto de lectores, audiencias, públicos en general, influyen en los procesos de creación de productos, tal como lo han expresado los participantes del primer estudio y lo hemos observado en los análisis biográficos de la segunda investigación. Cada uno de estos *otros* contribuye de diversas maneras en los procesos creativos, algunos ofrecen apoyos, orientaciones, guías, consejos, ideas, conocimientos y recursos, otros, generan obstáculos, críticas y desafíos. Creemos que lo relevante es analizar cómo las personas, los creativos con minúsculas y los con mayúsculas, van construyendo y reconstruyendo relaciones particulares con otros a fin de *sostener* y consolidar los procesos creativos.

Las teorías implícitas construidas socialmente acerca de los creativos suelen asociarlos con la soledad, el aislamiento y el

retramiento. Los datos emergentes de los estudios nos demuestran que la creatividad nunca es un proceso solitario, siempre es social en tanto incluye a *otros*, a *diversos otros* que aportan facilidades y también obstáculos. Los sujetos crean con otros, gracias a otros, a partir de otros, por otros y contra otros. Hasta los críticos y detractores cumplen un papel determinante en los procesos creativos, hemos observado en los creativos con mayúsculas que muchas de las obras se generan pensando en la *mirada* de estos otros.

En el campo de la creatividad, el papel de *los otros* no fue reconocido en los inicios de la investigación sistemática. Tanto los estudios de las capacidades creativas de la gente común, como las investigaciones biográficas de la creatividad, se han centrado en el análisis de variables *subjetivas* relegando aspectos sociales y relacionales inherentes a todo proceso creativo. En las últimas dos décadas, se ha avanzado en la consideración de aspectos sociales y en la comprensión de la creatividad desde una perspectiva sistémica. Los planteos de Csikszentmihalyi (1996) fueron revolucionarios en el campo de investigación de los procesos creativos, según el autor la creatividad no se encuentra en la cabeza de las personas sino en las interacciones entre estas, los campos y los ámbitos. Sin considerar estos tres elementos interrelacionados es imposible comprender los procesos creativos, cada uno de estos componentes de la creatividad conforman un sistema complejo de mutua influencia. A pesar de los avances que se han logrado, trece años después, Glaveanu (2009) sigue planteando la necesidad de analizar la creatividad desde una perspectiva social y cultural que trascienda los paradigmas YO (investigaciones psicométricas y experimentales) y ÉL (estudios biográficos) e incorpore análisis de los contextos y las situaciones en la que los productos creativos se elaboran. Además, considera relevante estudiar las relaciones que se establecen entre los nuevos productos, los ya existentes y las comunidades. La autora propone el paradigma NOSOTROS desde el que se entiende a la creatividad como interacción entre creadores, productos y otros significativos en el marco de los artefactos y símbolos ya construidos y utilizados socialmente.

Ambas creatividades, mayúsculas y minúsculas, requieren de *otros* para poder desarrollarse y materializarse en productos creativos. A partir de los estudios observamos que las personas construyen y reconstruyen relaciones e interacciones que inciden directamente sobre los procesos creativos generando oportunidades pero también obstáculos y desafíos. Nos interesa destacar el dinamismo de las relaciones que las personas establecen, éstas van variando en los distintos momentos de la vida y según las etapas de los procesos de despliegue de la creatividad. Los creadores reconocidos socialmente y los que aún no lo son siempre necesitan de otros para sostener sus *pactos* con la creatividad. La búsqueda de estos otros y la construcción de relaciones propicias para la creatividad es un requisito indispensable para el desarrollo de procesos creativos. Observamos en ambos estudios permanentes construcciones y reconstrucciones de vínculos con los demás motivadas por el deseo de las personas de crear y desarrollarse en los campos particulares.

La utilización y generación de *espacios* también es determinante en los procesos creativos, independientemente de las mayúsculas y las minúsculas. Agrupaciones, movimientos, cafés, tertulias, asociaciones vecinales, clubes barriales, instituciones educativas formales e informales son algunos de los espacios usados y generados para el desarrollo de la creatividad. En los estudios destacamos la relevancia de estos espacios y de los procesos de apropiación y transformación que las personas ejercen sobre los mismos. Estos espacios ofrecen a los creadores oportunidades de aprendizaje de conocimientos específicos de los campos y también conocimientos prácticos sobre los modos de desempeñarse en los ámbitos especializados. Además, en estos espacios se generan interacciones con *otros* significativos y se accede a recursos necesarios para la creatividad.

Asimismo, las posibilidades de desarrollar la creatividad parecen estar vinculadas a la participación en múltiples espacios de manera simultánea, tal como hemos observado en ambos estudios. Esta participación múltiple, *meterse en todos lados* como dicen algunos, también se asocia a la apertura a la experiencia, rasgo

característico de los creativos. La diversidad de experiencias que buscan y construyen los sujetos se relacionan positivamente con las posibilidades de desarrollar la creatividad. Las experiencias constituyen un reservorio de ideas, imágenes, problemas, conocimientos que son activados durante los procesos creativos más allá de las mayúsculas y las minúsculas.

Muchos de los grandes creadores surgieron de espacios como los que frecuentan las personas comunes del primer estudio. Son los mismos espacios: vecinales, talleres informales, centros comunitarios, clubes, etc. Estos espacios, y las capacidades de los sujetos para aprovecharlos y generarlos, son determinantes de los procesos de despliegue de la creatividad. A partir del análisis de los espacios observamos similitudes entre los creativos con mayúsculas y los creativos con minúsculas en la apropiación y generación de entornos y oportunidades en los mismos.

Las relaciones entre espacios y creatividad nos remiten a planteos acerca de las ciudades y el desplazamiento de los sujetos. Dirigirse hacia ciudades donde existen múltiples oportunidades de desarrollarse en campos y ámbitos específicos es una característica de los creativos tal como lo han definido Csikszentmihalyi (1996) y Tornqvist (2004). Los análisis realizados en el segundo estudio han demostrado que Buenos Aires y París se han constituido en centros culturales que atraían a los creativos o potenciales creativos. Estas ciudades donde reinaba la diversidad cultural y cierta tolerancia a la diferencia representaron para los creativos espacios propicios para el desarrollo de la creatividad. El intercambio con otros creativos y con *diversidades* culturales y sociales parece haber ampliado los horizontes y las perspectivas de los creadores favoreciendo la creatividad. Las diversidades y los objetos culturales y simbólicos de las ciudades en las que vivían los creativos se han convertido en materias primas para muchas de sus obras, en las cuales pueden observarse *rasgos* porteños y parisinos.

La importancia de las grandes metrópolis en la creatividad no puede desconocerse, sin embargo consideramos relevante también atender a las características de los espacios que se ofrecen en ciudades pequeñas. Los datos del primer estudio nos indican que

en este tipo de ciudades también existen múltiples oportunidades y espacios para la creatividad. Vecinales, centros comunitarios, clubes, talleres educativos informales son algunos de los entornos que utilizan y a la vez, generan las personas entrevistadas en el primer estudio.

Los sujetos, los grandes creadores y la gente común, asumen una postura activa respecto de los espacios, los buscan, los usan, los construyen y los reconstruyen en función de sus *necesidades creativas*. Al igual que la creación de relaciones con otros significativos, las construcciones de espacios y tiempos, como explicaremos a continuación, son determinantes de los procesos de despliegue de la creatividad.

Storni, Marshall, Quinquela, Cortázar, Arlt, Torre Nilsson. Yupanqui, Juan y Ana han debido hacerse *tiempo* luego de las jornadas laborales para crear. La construcción de relaciones particulares con el tiempo es una característica que define los procesos creativos con minúsculas y mayúsculas. Los grandes creativos, por largos períodos de tiempo, han debido compatibilizar actividades laborales desvinculadas de sus intereses con las actividades artísticas, científicas o culturales en las que se destacaron. La gente común también realiza esfuerzos por integrar en su vida cotidiana actividades laborales, académicas y de ocio.

En ambos estudios, trabajo y creatividad resultan difíciles de integrar, los grandes creadores logran vivir de sus productos recién cuando logran el reconocimiento social, generalmente en la adultez. En cambio, la gente común, pocas veces consigue sostenerse económicamente a partir de sus creaciones. El trabajo, a pesar de que en ocasiones las personas sacan algún provecho o material para las creaciones, representa en la mayoría de los casos una limitante en posibilidades de desarrollar la creatividad. Limitación que lleva a las personas a buscar alternativas y formas originales de usar el tiempo.

Hacerse tiempo es una frase frecuente entre las personas entrevistadas que, a nuestro criterio, refleja claramente una construcción particular del tiempo real. A pesar de las limitaciones impuestas por el escaso tiempo objetivo disponible debido a la

necesidad de cumplir con obligaciones laborales y académicas, las personas privilegian sus intereses por las actividades artísticas, culturales y sociales, construyendo *tiempos* a partir de la búsqueda de apoyos y la renuncia o postergaciones de otras obligaciones y necesidades. Tal como ya planteamos, esfuerzos y renunciaciones hacen posible la disponibilidad de tiempos para las actividades de ocio y demuestran el compromiso y el pacto tácito de las personas con la creatividad.

Runco (1999) y Mainemelis (2002) se han ocupado de analizar las complejas relaciones entre tiempo y creatividad. Los autores coinciden en señalar que se trata de un tema importante en el campo de investigación de los procesos creativos que requiere ser investigado desde perspectivas más integradoras que las desarrolladas hasta el momento. Runco (1999) resume las relaciones entre tiempo y creatividad en siete áreas de estudio: el rol del tiempo en el proceso creativo, el uso del tiempo en los test de creatividad, el efecto de las normas culturales temporales en la creatividad, el tiempo invertido para lograr experiencia en los campos, el tiempo como una variable de desarrollo, el tiempo como construcción personal y la mediación del tiempo en las relaciones interpersonales.

Mainemelis (2002) analiza las relaciones entre tiempo y creatividad a partir de tres modos temporales: cíclico, lineal y atemporal. El tiempo cíclico refleja la dimensión periódica y recurrente de la creatividad, caracteriza las etapas del proceso creativo, los períodos de mayor actividad en la vida de los creadores y sus estilos temporales, las rutinas de organización de trabajo y los usos de tiempo de reloj en la evaluación psicométrica de potencial creativo. Tiempo lineal hace hincapié en los aspectos irreversibles, evolutivos, únicos e inesperados de tiempo. Tiempo lineal se encuentra en la base de las dimensiones menos manifiestas y más complejas de la creatividad, tales como el encuentro existencial con la muerte, eventos que cambian el rumbo de la existencia, las asincronías, límites temporales, desarrollo personal permanente y la evolución sistemática. La atemporalidad define los procesos de inmersión profunda que *sufren* los creadores durante los procesos creativos. Durante estas

experiencias de *fluir* se produce una pérdida temporal de la noción de tiempo que trasciende los tiempos cíclicos y lineales.

En los Estudios 1 y 2 hemos observado cómo se conjugan en los procesos creativos los tiempos definidos por los autores. Hemos señalado, por ejemplo, la importancia del tiempo de aprendizaje de conocimientos acerca de los campos, nos hemos referido a los estados de pérdida de la noción de tiempo durante la creación y subrayamos la relevancia de las construcciones personales, del hacerse tiempo en los procesos de despliegue de la creatividad. Relaciones entre tiempos lineales y creatividad se han abordado a partir del análisis de las distintas etapas de la vida de los creativos. También hemos observado modos de trabajo y las rutinas que indican tiempos cíclicos y recurrentes en los procesos creativos.

Al igual que Runco (1999) y Mainemelis (2002), consideramos relevante estudiar las relaciones entre tiempo y creatividad. Investigar las construcciones y usos particulares que las personas realizan de *sus tiempos* y la incidencia de estas construcciones en los procesos creativos parece ser una línea interesante de estudio en el campo de la creatividad, más allá de las mayúsculas y las minúsculas. Mainemelis (2002) define algunos posibles tópicos de investigación para futuros estudios: la experiencia subjetiva vivida por las personas en los procesos de atemporalidad, las variaciones individuales y contextuales de las experiencias y las percepciones del tiempo y las relaciones entre normas temporales (culturales, organizacionales y educativas) y creatividad individual.

La construcción de *oportunidades* a partir de los obstáculos o las limitantes también es un factor que se asocia positivamente con la creatividad. En los estudios visualizamos que las personas disponen de capacidades para afrontar los problemas y las dificultades que se les van presentando. Sin embargo, no es solo el afrontamiento de situaciones lo relevante para la creatividad, sino la generación de oportunidades a partir las dificultades. Los estudios nos han permitido comprender desde una mirada distinta a los obstáculos y las limitaciones, en la mayoría de los casos, éstos

no obstruyen los procesos creativos sino que originan y generan nuevas formas de desplegar la creatividad, nuevas maneras de vincularse con los objetos de conocimiento, con los demás, potenciando las capacidades disponibles y generando alternativas ante las dificultades y las limitaciones.

En un archivo donde colecciono papeles, recortes, que me ayudan a vivir, tengo una fotografía del terremoto que destruyó hace años Concepción de Chile: una pobre india, que ha recompuesto precariamente su ranchito hecho de chapas de zinc y de cartones, estaba barriendo con una vieja escoba ese pedazo de tierra apisonada delante de su casucha. ¡Y uno se hace preguntas teológicas! ¡Cuánto más demostrativa es la imagen de la pobre indiecita que sigue barriendo su casa y cuidando sus hijos! Esta clase de seres nos revelan el Absoluto que tantas veces ponemos en duda, cumpliéndose en ellos, como dijera Hölderlin, que donde abunda el peligro crece lo que salva (Sábato, 1998: 205-206).

(La ceguera) no es una total desdicha, debe ser una ocasión para que el hombre se muestre fuerte, deber ser un instrumento más, entre los muchos, tan extraños, que la providencia pone en nuestras manos... (Borges, 1977. Conferencia sobre la ceguera. <http://www.youtube.com/watch?v=6f1qyPPVFI>).

Múltiples obstáculos y dificultades se les presentan día a día a las personas comunes entrevistadas, éstas en muchos casos, y tal como lo expresan, *utilizan* la creatividad para resolver situaciones difíciles como la carencia de recursos, espacios, tiempos y limitaciones físicas. Varios de los entrevistados han señalado que son las situaciones límites las que influyen positivamente en la creatividad. Según los sujetos, estas situaciones activan múltiples procesos y mecanismos de superación y creación de posibilidades alternativas.

En la vida de los creativos con mayúsculas, también se han presentado obstáculos y limitaciones físicas, políticas y económicas, destacamos las capacidades de estas personas de sortear, neutralizar estas dificultades a partir de la creación de nuevos instrumentos, recursos, espacios y vínculos. Podemos señalar como ejemplo de limitaciones físicas a la ceguera de

Borges, el escritor ante la imposibilidad de leer y escribir recurre a diversos colaboradores y resignifica esta *limitación*, señalando que en realidad se trata de una ventaja para él. De manera similar actúa Sábato ante las dificultades para leer y escribir. Según Fontanarrosa, *gracias* a su enfermedad y a las experiencias en hospitales, ha podido crear numerosos chistes sobre médicos y patologías.

Las limitaciones en los recursos económicos también han condicionado los procesos creativos de varias de las personalidades estudiadas. No obstante, esto no ha detenido los procesos creativos, sino que los ha ampliado, no solo se han creado obras y productos sino que antes, se debieron crear los recursos necesarios dichas obras. Por ejemplo, Leloir creaba, de forma artesanal y utilizando objetos de uso cotidiano, los instrumentos y recursos necesarios para las investigaciones. Asimismo, los creativos han debido sortear diversos obstáculos políticos. La censura de los gobiernos de turno a las producciones de los creativos rasgo común en las biografías analizadas. En muchos casos, el exilio fue la única alternativa en contextos donde no solo las obras estaban en peligro, sino también la integridad física y la vida de los creadores. Las censuras han generado procesos aún más creativos, el plus está dado por la búsqueda de formas permitidas de exponer las producciones. Es decir, han *usado* la creatividad no solo para crear las obras, sino también para mostrarlas a pesar de las prohibiciones. Obras prohibidas disfrazadas de permitidas generaron los creativos en períodos de censura y reprensión.

Gran parte de los creativos exiliados se fueron a vivir a París, ciudad que ofrecía muchas oportunidades de expresión artística. En París, los creativos argentinos generaron grupos, organizaciones y se vincularon, creando en algunos casos obras y productos que integran diversos campos y ámbitos. La censura y el exilio parecen haber sido *aprovechados* por los creativos, han sido situaciones vitales que fueron resignificadas y capitalizadas en favor de la creatividad y del sostenimiento del pacto. Las capacidades para transformar lo negativo, resignificar los obstáculos y generar oportunidades parece ser el gran determinante de los

procesos de despliegue de la creatividad. Construir alternativas a partir de situaciones difíciles y hasta sacar provecho de los obstáculos y las limitaciones, son acciones llevadas a cabo por los grandes creadores y la gente común que les permite mantener y regenerar los procesos de creación.

Los planteos de Saturnino de la Torre (2003) acerca de la creatividad paradójica resultan relevantes para interpretar las acciones creativas ante los obstáculos. Según el autor, la creatividad paradójica es el potencial humano para transformar y transformarse ante la adversidad o estados carenciales, va acompañada de conciencia de la situación, energía emocional y actitud superadora. Suele tratarse de hechos o situaciones que provocan impacto y desencadenan alternativas generadoras de acciones creativas o cambios constructivos. La creatividad paradójica representa un impulso regenerador que emerge ante situaciones límite de la vida y ayuda a las personas a transformarse y a transformar su entorno de forma positiva.

En el último lustro, se han desarrollado investigaciones que articulan creatividad y resiliencia, observándose que ambas *capacidades* están estrechamente relacionadas (Metzl, 2009; Metzl y Morrell, 2008; Richards, 2007a). Jenkin (2005) explica desde una perspectiva humanística cómo los afroamericanos han sostenido su creatividad y resiliencia a pesar de las circunstancias opresivas que históricamente han debido afrontar. Desde la perspectiva del autor ha sido el uso creativo y flexible de imaginación lo que ha ayudado a afroamericanos para soportar y cambiar sus circunstancias, muchas veces no lo lograron para sí mismos, sino para su descendencia. Quiñonez (2006) analizó las relaciones entre creatividad y resiliencia a partir de estudio de 13 casos de personas que han afrontado adversidades físicas (discapacidades), sociales, políticas, raciales y de la naturaleza (desastres naturales). Quiñones sostiene que el caos, la incertidumbre y la complejidad son palabras que tienen una estrecha relación con la creatividad y la resiliencia. Las situaciones traumáticas, generan desorganización, caos e incertidumbre, estas condiciones se pueden llegar a transformar en factores que dinamizan el psiquismo de los sujetos y los orienta a construir procesos creativos que les permita

afrontar de manera resiliente las adversidades. Metzl (2007) estudió procesos resilientes y creativos en sobrevivientes del Huracán Katrina. Los resultados apoyan la hipótesis del pensamiento creativo como componente central en la recuperación emocional de las personas después de la adversidad. Flexibilidad y originalidad son los dos componentes de la creatividad que más se relacionan con las capacidades de afrontamiento y adaptación a las nuevas situaciones.

Creatividad y resiliencia parecen ser potencialidades integradas, las capacidades creativas facilitan el desarrollo de procesos resilientes y a la vez, éstos ofrecen posibilidades para la creatividad al generar alternativas y oportunidades diversas. Observamos, tanto en la gente común como en los grandes creadores, articulaciones entre creatividad y resiliencia que determinan los procesos de desarrollo de los procesos creativos. Destacamos el papel activo de los sujetos en la construcción de relaciones, tiempos, espacios y oportunidades, construcciones determinantes para la creatividad. Nos preguntamos acerca de los motivos que subyacen a estas construcciones y al despliegue de procesos creativos. En la segunda afirmación que presentamos a continuación procuramos explicar los orígenes y los *sustentos* de los procesos creativos.

Motivaciones, pactos, sentimientos y emociones sostienen los procesos creativos y la construcción de relaciones, espacios, tiempos y oportunidades

¿Qué está en la base de las construcciones señaladas en el apartado anterior? ¿Por qué las personas construyen y reconstruyen relaciones, tiempos, espacios, oportunidades para poder desarrollar la creatividad? ¿Por qué renuncian o postergan otros aspectos de la vida personal para dedicarse a actividades artísticas, científicas, sociales y culturales? ¿Por qué y para qué las personas participan en estas actividades?

Los resultados de los estudios indican que las respuestas a estas preguntas pueden encontrarse analizando las motivaciones

intrínsecas de los sujetos. Estas motivaciones parecen ser el motor y el sostén de los procesos creativos con mayúsculas y minúsculas. Es a partir de la motivación intrínseca que las personas construyen relaciones, tiempos, espacios, vencen obstáculos y generan oportunidades. Estas construcciones les permiten mantener el *pacto* con la creatividad, contratos que muchas veces implican renunciaciones, postergaciones y desafíos. Gardner (1993) se ha referido a los pactos faustianos como constantes en la vida de los creativos. Se trata de un intenso compromiso que los creadores mantienen con su actividad. Con el objeto de garantizar condiciones óptimas de trabajo, los creadores sacrifican sus relaciones personales, incluso poniendo en peligro la estabilidad de sus relaciones cercanas. El investigador sostiene que el tipo de pactos puede variar en las distintas experiencias creativas, pero la tenacidad con que se mantienen es la misma.

La motivación intrínseca no actúa sola durante los procesos creativos, sentimientos y emociones positivas retroalimentan la motivación y el deseo de seguir creando. Placer, felicidad, bienestar, *fluir* son palabras asociadas a la creatividad, más allá de las minúsculas y las mayúsculas. La gente común y los grandes creativos se han referido a estas sensaciones, emociones y sentimientos durante los procesos de creación.

Consideramos que las relaciones entre creatividad y motivación deben analizarse desde una perspectiva dinámica. Las motivaciones se van construyendo y transformando durante los procesos creativos a partir de los resultados de los mismos y los sentimientos y emociones emergentes. Repetir experiencias de placer, felicidad, bienestar y *fluir* es una búsqueda permanente que las personas realizan a partir de la creación y el desarrollo de actividades artísticas, culturales y sociales. A modo de hipótesis, planteamos que la motivación se interrelaciona de manera compleja con las emociones emergentes de los procesos creativos, estas retroalimentan los procesos y generan cada vez mayores deseos de crear y actuar en los campos específicos.

Analizar las relaciones entre creatividad y motivación también supone atender a *variables subjetivas* referidas a las formas

en que los sujetos interactúan con los contextos. Perseverancia, apertura a la experiencia, confianza en uno mismo, capacidad de asumir riesgos, inconformismo, autonomía, son algunos de los *rasgos de personalidad*, que a partir de los dos estudios realizados y de investigaciones de autores especializados, aparecen vinculados a la creatividad y a las posibilidades de desarrollar procesos creativos en diversos contextos y situaciones. Más allá de las mayúsculas y las minúsculas, estos rasgos parecen ser determinantes de los procesos creativos y del sostenimiento de los pactos con la creatividad. Resignaciones y renunciaciones de diversa índole, también permiten que los pactos puedan ser mantenidos en el tiempo y que la lealtad a la creatividad no se pierda. Aprovechar oportunidades, sortear obstáculos, generar espacios y posibilidades, sostener el pacto a costa de renunciaciones y resignaciones, sólo es posible gracias a la motivación intrínseca, y a los sentimientos y las emociones positivas emergentes de los procesos creativos.

Hemos planteado que los procesos creativos son mucho más que procesos cognitivos, *sensaciones*, sentimientos, emociones acompañan permanentemente toda creación. Desde nuestro punto de vista, comprender la creatividad (las creativities) supone integrar factores cognitivos y afectivos, subjetivos y contextuales. Los sentimientos y las emociones generan, transforman y acompañan los procesos creativos, a la vez que motivan la construcción de nuevos procesos y búsquedas de creatividad. Asimismo, entendemos que los factores condicionantes de la creatividad deben analizarse desde una perspectiva dinámica que atienda a las variaciones y fluctuación de los mismos en función de situaciones y contextos particulares.

Consideramos que en el campo de investigación de la creatividad deben integrarse los factores antes señalados a fin de lograr comprensiones más avanzadas respecto de los procesos creativos. Se observa en los estudios actuales cierta dificultad para integrar factores cognitivos, motivacionales, afectivos y sociales. Felicidad, placer, bienestar, *fluir* no son los tópicos principales de las investigaciones predominantes en el campo de la creatividad. Ampliar el foco de análisis, integrar perspectivas humanistas a los enfoques *de moda* y estudiar la creatividad desde una manera

holística parece indispensable para lograr avances significativos en el campo. Visualizamos algunas líneas de investigación actuales que incorporan perspectivas de diversos campos para el análisis de la creatividad (Richards, 2007a; de la Torre, 2008).

Asimismo, creemos necesario recuperar la palabra de los sujetos, interpretar sus significados, sentidos, emociones y sentimientos durante los procesos creativos. No es un dato menor que los sujetos, creativos con mayúsculas y minúsculas, se refieran a la felicidad, el placer, el bienestar como *sensaciones* vinculadas a la creatividad. Estos *resultados* son significativos no solo para analizar los procesos creativos sino también las vinculaciones entre estos, salud y calidad de vida.

Los procesos creativos dependen de las *construcciones* que realizan los sujetos. Si bien estas construcciones se efectúan en función de las oportunidades disponibles en los contextos, nos interesa remarcar el papel de las personas en la reconstrucción y generación de posibilidades, tiempos, espacios y relaciones. Coincidiendo con Sternberg (2006), creemos que las decisiones que toman los sujetos son determinantes de los procesos creativos. Los sujetos deciden construir espacios, tiempos, relaciones y posibilidades para desarrollar la creatividad en diferentes campos. Estas decisiones están fundadas en un complejo entramado de motivaciones, deseos, *sensaciones* y emociones.

Agency es un concepto de la Teoría Cognitiva Social (Bandura, 2006) que nos ofrece argumentos para comprender las construcciones que los sujetos realizan durante los procesos creativos. Desde esta perspectiva, se enfatiza el papel de los individuos en la creación de sistemas, relaciones y circunstancias en interacción con los contextos en los que vive. La agencia humana sería la capacidad de los sujetos para ejercer control sobre su funcionamiento y sobre los eventos que afectan su vida. La agencia humana está regida por las intencionalidades de los sujetos, las previsiones, evaluaciones y controles que estos realizan respecto de sus acciones y resultados. Sin embargo, los sujetos no actúan de manera totalmente autónoma, sino que la agencia se

produce en la interacción entre condicionantes intrapersonales, conductuales y ambientales.

En los estudios realizados observamos que las capacidades de agencia de los sujetos son determinantes de los procesos creativos *minúsculos y mayúsculos*. Gracias a estas capacidades, las personas comunes y los grandes creativos construyen espacios, tiempos, relaciones y oportunidades propicias para el desarrollo de la creatividad en diferentes circunstancias y contextos. Los sujetos ejercen la agencia a partir de acciones en las que *usan* las oportunidades *objetivas* de los contextos y los *recursos* intrapersonales que disponen (motivaciones, conocimientos, habilidades, etc.). Decidir, elegir, arriesgarse, buscar, esforzarse, *hacerse tiempo, meterse en todos lados* son acciones determinantes de los procesos creativos que los sujetos desarrollan gracias a las capacidades de agencia y autodeterminación, capacidades íntimamente vinculadas a la motivación (Deci y Ryan, 2000).

En otra ocasión (Elisondo, 2008a), nos hemos referido a los *contextos subjetivos* como construcciones mentales a partir de las cuales los sujetos reconstruyen, resignifican y se apropian de los contextos. Estas construcciones mentales les permiten a las personas significar los contextos que las rodean, utilizarlos y aprovecharlos. Consideramos que la creatividad depende de la construcción de contextos subjetivos que permitan a los sujetos apropiarse de las oportunidades disponibles en los entornos y establecer relaciones significativas con los objetos y los sujetos. Nuestros planteos acerca de los contextos subjetivos se sustentan en perspectivas socio-culturales y específicamente en los enfoques biográficos contextuales de estudio de la creatividad. Según Bert Van Oers (1998), el contexto es permanentemente construido por el sujeto cada vez que este se involucra en alguna actividad, determinando objetivos, examinando experiencias previas, elaborando significados, etc. El contexto es mucho más que una situación o que una configuración de circunstancias tal como se concibe desde otras perspectivas, es una construcción dinámica entre el sujeto y el objeto. Específicamente con relación a los procesos creativos, Vidal (2003) sostiene que la vida de los creadores debe analizarse en términos de procesos de socialización

e individualización, considerando la integración de los sujetos a los contextos particulares y la construcción de posiciones originales a partir de esta integración. Según el autor, los contextos en los que se desarrolla la creatividad son creados por los individuos mediante procesos de contextualización. Dacey y Lemon (1998) proponen una perspectiva bio-psico-social de estudio de la creatividad y señalan que los procesos creativos dependen de las reconstrucciones y contextualizaciones que los sujetos realizan de entornos en los que se desarrollan.

La construcción de contextos subjetivos propicios de la creatividad a partir de capacidades de agencia, dependen de las características *objetivas* de los entornos y de las situaciones vitales y de las intencionalidades y motivaciones de los sujetos. A lo largo de los estudios presentados, hemos observado interrelaciones entre condicionantes contextuales y subjetivos en los procesos de despliegue y consolidación de la creatividad. Sin duda, la motivación intrínseca es el motor de la creatividad, los condicionantes y limitantes presentados en párrafos anteriores son aprovechados, resignificados y transformados gracias a la fuerte motivación y compromiso (contratos y pactos) que las personas mantienen con la creatividad.

Relaciones, tiempos, espacios, oportunidades, motivaciones, sentimientos y emociones se interrelacionan de manera compleja y caótica en los procesos creativos

En los Estudios 1 y 2 observamos que múltiples factores subjetivos y contextuales se interrelacionan durante los procesos creativos creando configuraciones particulares en cada sujeto y situación. Estas configuraciones determinan las posibilidades y oportunidades de desplegar las potencialidades creadoras, producir revoluciones en los campos, ingresar en los ámbitos especializados y lograr el reconocimiento de la sociedad. Los sujetos, más allá de las mayúsculas y las minúsculas, construyen, a partir de sus propias experiencias y de las oportunidades y obstáculos de los contextos, relaciones, tiempos, espacios y posibilidades, motivados por fuertes deseos de crear y vivenciar experiencias placenteras por

medio de la creación. Estas construcciones se interrelacionan de manera compleja y caótica durante los procesos creativos a través de relaciones no lineales dinámicas. Las interrelaciones entre tiempos, espacios, relaciones, oportunidades, motivaciones, sentimientos y emociones se construyen y reconstruyen en distintos momentos y situaciones.

Afirmar que la creatividad es un fenómeno complejo no parece muy creativo, es una consideración que prácticamente todos los investigadores, desde los psicométricos hasta los sistémicos, han realizado. Lo que intentamos es buscar algunos argumentos y planteos actuales que nos permitan explicar esta complejidad e interpretar los resultados obtenidos en nuestros estudios. Propuestas actuales retoman planteos de la Teoría del Caos (Rodríguez, 2007; Romo, 2005; Richards, 2000-2001; 2007a; Schuldberg, 1999, 2007) y de los modelos transdisciplinarios (de la Torre, 2008; Cabrera, 2008) para comprender la complejidad de los procesos creativos.

Según Schuldberg (1999, 2007), los supuestos de la Teoría del Caos pueden ser útiles para comprender los procesos creativos, sin embargo, son necesarias investigaciones que trasciendan los niveles especulativos de los planteos actuales. Retomando planteos de la Teoría del Caos, Schuldberg (1999) define a los procesos creativos como sistemas abiertos y dinámicos en los cuales el sujeto interacciona permanentemente con el entorno. Además, el fenómeno creativo se caracteriza por la no-regularidad y por la emergencia de fluctuaciones inesperadas y catastróficas que cambian el rumbo de los procesos y las situaciones. Richards (2000-2001) y Schuldberg (2007) sostienen que gran parte del proceso creativo se produce al filo del caos, en los límites entre el orden y el desorden, entre la *normalidad* y la *patología*.

Entender la creatividad como un fenómeno complejo y caótico supone analizar el tejido conjunto que conforman los múltiples factores y condicionantes personales y contextuales. A la vez, permite entender que las relaciones entre dichos factores no son lineales ni estables, sino que son multidireccionales, dialécticas, abiertas y variables. Definir la creatividad como fenómeno

complejo también indica integraciones entre polaridades generalmente consideradas opuestas o incompatibles. En los dos estudios realizados, observamos que los procesos creativos se desarrollan entre polos en constante tensión. Entre placeres y dolores, soledades y compañías, obstáculos y posibilidades, esclavitudes y libertades, certezas e incertidumbres, divergencias y convergencias, abundancias y necesidades, conocimientos e *ignorancias*, es que la creatividad parece emerger inesperadamente y a veces, *imprudentemente*.

Para comprender la complejidad inherente a los procesos creativos es necesario un tratamiento que integre diversas disciplinas (Cabrera, 2008). Además de la integración de los enfoques tradicionales de estudio de la creatividad definidos en la sección teórica, es indispensable articular campos heterogéneos para una comprensión avanzada de la creatividad. *Psicologías, sociologías, filosofías, ciencias duras, estudios humanistas y espirituales* son algunos de los campos que pueden aportar simbolizaciones, instrumentos y enfoques en la búsqueda de una perspectiva transdisciplinar de estudio de la creatividad que integre las dimensiones mentales, sociales, corpóreas, emocionales y espirituales.

Saturnino de la Torre (2008) propone entender la creatividad desde una perspectiva que trascienda los modelos clásicos. Según el autor, la creatividad deber ser estudiada desde un enfoque transdisciplinar que permita analizar los campos aún inexplicados que se sitúan entre y más allá de las disciplinas tradicionales. La aproximación a la creatividad desde el nuevo paradigma ecosistémico y el pensamiento complejo lleva a redefinir algunos de los parámetros clásicos en torno a las cuatro orientaciones predominantes: persona, proceso, ambiente y resultado. Los indicadores clásicos se verían ampliados con nuevos referentes como abundante energía, complejidad, conectividad, tolerancia, entusiasmo en los proyectos, apertura, aspectos emocionales, impacto. Asimismo, es indispensable reconocer que la creatividad no es propiedad exclusiva de la mente humana sino de los sistemas complejos capaces de auto-organizarse, transformarse, superar obstáculos y evolucionar.

Asimismo, definir la creatividad como campo de posibilidades (de la Torre, 2008) amplía el horizonte de las posibles interpretaciones y análisis de los procesos creativos. Desde nuestro punto de vista, la creatividad es una posibilidad de todas las personas y los sistemas complejos que genera múltiples posibilidades en los contextos y en los sujetos. Si bien son muchos los condicionantes de la creatividad, nada la determina. Es la confluencia y la interacción de condicionantes diversos la que genera posibilidades de creatividad.

Tal como hemos observado en los estudios, es difícil establecer cuáles son los factores que favorecen u obstaculizan la creatividad con minúsculas y mayúsculas. Algunas circunstancias, capacidades y posibilidades, en ocasiones generan procesos creativos mientras que en otros casos, los obstaculizan. Los estudios nos han demostrado que los sujetos redefinen situaciones, limitaciones y posibilidades, generan alternativas y buscan espacios, tiempos y relaciones que les permitan desarrollar la creatividad. A esta altura del trabajo de investigación que estamos presentando, nos es imposible definir cuáles serían los factores promotores de la creatividad. La creatividad se nos presenta como un objeto complejo difícil de definir y de predecir. No obstante, observamos en los estudios algunas regularidades o patrones generales que se repiten en los análisis efectuados y que hemos intentando exponer en esta sección que hemos denominado *más allá de las mayúsculas y las minúsculas*. Ciertas características de personalidad, contribuciones particulares de tiempos, espacios, relaciones y oportunidades, experiencias diversas, motivaciones, decisiones y pactos parecen ampliar el campo de posibilidades para la creatividad. El azar y la suerte también juegan un papel destacado en los caóticos y complejos procesos creativos (Romo, 2005; Csikszentmihalyi, 1996) haciéndolos bastante impredecibles.

Más allá de las mayúsculas y las minúsculas, los procesos creativos se desarrollan a partir de una compleja trama de condicionantes que son redefinidos, *utilizados* y transformados por los sujetos. Los procesos de generación de contextos y oportunidades propicias para la creatividad implican decisiones, riesgos y pactos que los sujetos están dispuestos a afrontar

motivados por el deseo de crear y vivenciar, a partir de la creación, experiencias de fluir, placer y bienestar.

Más allá de las mayúsculas y las minúsculas, definimos a los procesos creativos como procesos complejos en tanto suponen relaciones dinámicas no lineales entre factores subjetivos y contextuales, a partir de los cuales los sujetos actúan en campos particulares generando ideas y productos que en ocasiones revolucionan los dominios existentes y son reconocidos por los ámbitos especializados. Durante los procesos creativos, se producen tensiones entre polos aparentemente opuestos que también dan cuenta de la complejidad inherente a la creatividad. Placer-Dolor, Cognición- Emoción, Aislamiento-Comunicación, Certezas-Incertidumbre, Libertad-Esclavitud, son algunos de los extremos entre los que fluctúan los procesos creativos.

Más allá de las mayúsculas y las minúsculas, proponemos una definición general de creatividad como proceso complejo y caótico de búsqueda y construcción de relaciones, espacios, tiempos y oportunidades para el desarrollo de las potencialidades creadoras y la generación de productos creativos en diferentes campos y situaciones. Subyacen a dichos procesos un entramado complejo de emociones, sentimientos, motivaciones y pactos que determinan las posibilidades de surgimiento y consolidación de las *creatividades*.

CONSIDERACIONES FINALES

Entre mayúsculas y minúsculas planteamos consideraciones finales, o iniciales para futuras investigaciones. Nos interesa señalar en estas *consideraciones finales* los resultados más importantes de los estudios realizados y presentar hipótesis acerca de las vinculaciones entre las *creatividades* estudiadas, tópico por demás complejo en el campo de estudio de los procesos creativos. Además, nos proponemos identificar aportes significativos de los estudios al campo actual de la creatividad. Interrogantes no resueltos y futuras líneas de investigación también serán tratadas en estas consideraciones finales e iniciales.

En el estudio sobre la *creatividad con minúsculas*, observamos que las actividades de ocio ofrecen oportunidades para el desarrollo de procesos creativos de las personas comunes. Este resultado a nuestro criterio es el más importante de los obtenidos en el primer estudio ya que abre interesantes líneas de investigación que articulen ocio y creatividad. Además, las actividades de ocio y las posibilidades de desarrollar la creatividad a partir de las mismas, generan en las personas comunes placer, bienestar, flujo y felicidad. En las intersecciones entre creatividad, ocio y felicidad se ubican los resultados más significativos del primer estudio.

No obstante, otros datos emergentes también son relevantes para la comprensión de los procesos de despliegue de la creatividad de la gente común. Las acciones de los *otros significativos*, las construcciones de tiempos y espacios y *ciertas* características de personalidad son determinantes para el desarrollo de la creatividad con minúsculas. También observamos que los procesos creativos adquieren diversas formas según el tipo de actividades realizadas por los sujetos, los objetivos que se persiguen, modalidades de participación (construcciones grupales o individuales), las acciones que se llevan a cabo y los campos y los conocimientos específicos en los que se incursiona. Distintos objetivos y motivaciones se conjugan en los procesos de desarrollo de la creatividad de la gente

común haciendo que sus acciones adquirieran características singulares.

La integración de diferentes enfoques metodológicos e instrumentos de recolección de datos también es una particularidad del primer estudio que nos interesa remarcar. Procuramos a partir de las diferentes técnicas utilizadas comprender los complejos procesos creativos con minúsculas. No solo integramos instrumentos de diferentes enfoques actuales de estudio de la creatividad sino que también incorporamos diversas perspectivas teóricas en el análisis de los datos obtenidos. Utilizar diferentes herramientas metodológicas y conceptuales parece ser el camino más propicio para lograr simbolizaciones y construcciones teóricas de avanzada en el campo de la creatividad.

En el estudio de la Creatividad con mayúscula hemos identificado hechos y circunstancias significativas en la vida de los creativos. Si bien se observan diferencias y singularidades en las biografías estudiadas, algunos hechos, procesos y condicionantes actúan de manera similar en la vida de los creadores. Infancias que transcurren en contextos que ofrecen diversidades (culturales, sociales y educativas), juventudes construidas a partir de las relaciones con pares, profesores y mentores, espacios particulares de interacciones, lecturas y aprendizajes, trabajos *no creativos*, definen las primeras décadas en la vida de los creadores. Luego del ingreso a los ámbitos y el logro de cierto reconocimiento, la adultez representa para los creativos una época de amplia disponibilidad para la producción creativa. Disponibilidad de tiempos, espacios, conocimientos, experiencias, contactos hacen que los procesos creativos se consoliden, complejicen y transformen en la adultez y vejez de los creadores.

Hemos definido al proceso creativo como un *trabajo arduo*, la transformación de las ideas en productos supone dedicación, esfuerzo, tiempos y *pactos*. Los procesos creativos siempre se desarrollan en el marco de interacciones con personas significativas que realizan diversos aportes al proceso: apoyo afectivo, colaboraciones, opiniones, orientaciones, críticas, censuras, etc. Los procesos creativos también dependen de

sentimientos y emociones emergentes, rutinas de trabajo, los recursos disponibles y las capacidades de los sujetos de generarlos. Debido a todos los factores que condicionan los procesos creativos, hemos afirmado que los mismos son mucho más que procesos cognitivos.

En la última parte del estudio de los Creativos con mayúsculas, detallamos *herencias* y legados de los creadores a los campos y ámbitos, a la sociedad, a los jóvenes y a las mujeres. Procuramos mostrar cómo sus obras trascienden los campos específicos y generan contribuciones sociales en sentido amplio. Los creativos no solo han revolucionado los campos específicos de la literatura, la danza, la ciencia, el arte plástico, el cine, la música y el humor, sino que han creado productos, instituciones y *enseñanzas* que nos dejan como valiosas herencias.

Dos estudios distintos de la creatividad forman parte de la presente investigación, no obstante similitudes y contantes se han hecho visibles en ambas propuestas. En la Sección *Más allá de las mayúsculas y minúsculas* presentamos algunas de estas semejanzas en los procesos creativos independientemente del tipo de creatividad. Sin embargo, no podemos negar diferencias entre los procesos creativos con minúsculas y con mayúsculas. ¿Cómo se relacionan estas creatividades? ¿Qué procesos median entre ellas? Estas preguntas generan múltiples debates aún no resueltos en el campo de investigación de la creatividad. En función de los datos recogidos en nuestros estudios presentamos algunas hipótesis o posibles respuestas a estos interrogantes. Respuestas y certezas parecen ser difíciles de encontrar dada la complejidad inherente a las creatividades y sus múltiples condicionantes y manifestaciones.

La disponibilidad de conocimientos específicos sobre los campos sería uno de los factores condicionantes de las posibilidades de desarrollar procesos Creativos con mayúsculas. Sin embargo, la sola disponibilidad de conocimientos no garantiza producciones creativas. Los *usos* que las personas hacen de los conocimientos teóricos y prácticos sobre los campos y las formas en que los combinan a partir de ideas emergentes, determinarían la emergencia de productos originales, valiosos y *revolucionarios*.

El surgimiento de la Creatividad con mayúscula también parece estar condicionado por las asistencias de *otros significativos* y los contactos con miembros de los ámbitos especializados. Los otros son importantes en ambas *creatividades*, no obstante ciertos contactos y ayudas específicas en momentos claves de los procesos creativos y en el ingreso y permanencia en los ámbitos contribuyen al desarrollo de la creatividad con mayúsculas. A partir de los estudios biográficos de los creativos reconocidos socialmente, hemos observado cómo éstos construyen y reconstruyen relaciones con familiares, amigos, colaboradores y miembros de los ámbitos en la búsqueda de reconocimiento y posibilidades de desarrollar la creatividad.

Algunos autores afirman que la creatividad con mayúscula depende en cierta medida de la suerte. Tal vez esta afirmación sea válida, no obstante los procesos creativos parecen estar determinados por la confluencia de múltiples factores que ayudan a que la suerte aparezca. ¿Los insight dependen de la suerte? ¿Estar en el lugar oportuno y en el momento oportuno depende de la suerte? Estas parece ser explicaciones reduccionistas del complejo proceso de la creatividad. Los creativos o futuros Creativos con mayúsculas realizan búsquedas activas de espacios, relaciones y oportunidades de aprendizaje y expresión. Búsquedas que suponen compromisos, renunciaciones y pactos irrevocables con la creatividad. Tal como hemos expresado, las ideas se les ocurren a personas que están trabajando, estudiando y pensando en los campos. Los espacios y los tiempos no son variables puramente objetivas, sino que son construcciones de los sujetos que condicionan los procesos creativos. Que los creativos estén en el lugar oportuno y en el momento oportuno, a nuestro criterio, no es obra del azar sino de desplazamientos, exploraciones y construcciones que hacen los sujetos. Tal vez, *variables subjetivas* como decisión, tenacidad, constancia, perseverancia, serán las que posibilitan el sostenimiento de los pactos, los desplazamientos, las exploraciones y las construcciones determinantes para la creatividad con mayúsculas. Sin duda, estas *variables subjetivas* dependen de la motivación intrínseca, motor principal de los procesos creativos. Hemos destacado en los análisis el papel de la motivación intrínseca como condicionante principal de la creatividad en tanto

permite el inicio, mantenimiento y consolidación de los procesos creativos, el sostenimiento de pactos y la búsqueda de espacios, tiempos y relaciones.

En la Sección *Más allá de las mayúsculas y las minúsculas*, afirmamos que en los procesos creativos los condicionantes se interrelacionan de manera caótica, compleja y dinámica. Para comprender las relaciones entre Creatividad con mayúsculas y creatividad con minúsculas parece también que es necesario asumir una postura que atienda a las interrelaciones complejas entre diferentes condicionantes. La Creatividad con mayúsculas surgiría en el marco de interacciones dinámicas entre motivaciones, tiempos, espacios, relaciones, conocimientos y habilidades, búsquedas y construcciones de los sujetos durante la apropiación de los contextos y las posibilidades que estos ofrecen. Para que la Creatividad con mayúsculas surja son necesarios ciertos requisitos vinculados a las personas, los ámbitos y los campos. Sin embargo, el solo cumplimiento de estos requisitos de manera aislada no garantiza logros destacados, la emergencia de la creatividad con mayúsculas depende de la interacción compleja de condicionantes y requisitos. Dada esta complejidad, es difícil predecir dónde y cuándo surgirá la Creatividad con mayúsculas como así también quienes serán los grandes creadores del futuro. A partir de los estudios realizados, solo hemos identificado algunos factores y procesos que son necesarios para la creatividad, las formas en que se relacionan estos factores y los *usos* que los sujetos hacen de los mismos adquieren características particulares difíciles de anticipar. No obstante, es preciso afirmar que la disponibilidad de conocimientos teóricos y prácticos diversos y actualizados, el establecimiento de relaciones con miembros de los ámbitos, la construcción de tiempos y espacios, el desarrollo de ciertas características de personalidad y el sostenimiento de pactos, decisiones y motivaciones hacen que las posibilidades de surgimiento de la Creatividad con mayúsculas sean mayores.

Respeto de las contribuciones de los estudios, es posible identificar al menos tres tipos de aportes: teóricos, metodológicos y prácticos. La construcción de variables, categorías simbolizaciones y teorías acerca de los procesos creativos con

mayúsculas y minúsculas, la búsqueda de semejanzas y constantes en ambos procesos y la generación de hipótesis respecto de las relaciones entre las creatividades son, a nuestro criterio, las contribuciones teóricas principales del trabajo.

Hemos presentado argumentos acerca de la consideración de las creatividades como procesos complejos en los que interactúan múltiples condicionantes. Analizamos estos condicionantes desde diversas perspectivas conceptuales que se ubican más allá del campo de la creatividad, integramos a los estudios enfoques psicológicos y sociológicos que incluyen distintas líneas de interpretación. Para la interpretación de los datos pusimos en juego no solo planteos e investigaciones de los enfoques tradicionales de estudio de la creatividad sino que incorporamos propuestas novedosas y alternativas para la comprensión de los procesos creativos con minúsculas y mayúsculas. Asimismo, recuperamos consideraciones humanistas y enfatizamos como resultado importante de nuestras investigaciones el hallazgo de relaciones entre creatividad, ocio, *fluir*, placer y felicidad tanto en los grandes creadores como en la gente común. Dar unidad a los planteos de diversos autores, integrar perspectivas de análisis y generar simbolizaciones y nuevas preguntas son las contribuciones principales de nuestro trabajo de investigación.

Consideramos que a partir de los estudios se realizan significativos aportes al campo de investigación de la creatividad en tanto se presentan datos y *teorías* acerca del desarrollo de procesos creativos en un grupo amplio de personas comunes y también en una muestra de personalidades argentinas reconocidas socialmente. No hemos encontrado estudios biográficos previos de la creatividad que traten sobre personalidades argentinas destacadas de diversos campos. Tampoco hallamos investigaciones de los procesos creativos realizadas en nuestro país que incorporen grupos amplios de personas comunes y diversas perspectivas de análisis como las que explicitamos en el primer estudio. En la Argentina, los estudios de la creatividad se encuentran en una fase inicial, se han logrado algunos avances, sin embargo queda mucho camino por recorrer. La presente investigación pretende aportar en

la construcción de este camino y generar interrogantes y lineamientos para futuros estudios en el campo.

Los aportes metodológicos del trabajo están asociados principalmente a la integración de diferentes enfoques, técnicas e instrumentos de recolección de datos. En el estudio de la creatividad con minúsculas se articularon perspectivas psicométricas, experimentales y contextuales y se propusieron formas alternativas de evaluación de la creatividad. La consideración de actividades de *tiempo libre* para la conformación del grupo de estudio y el análisis de subgrupos o grupos particulares también es una *cuestión metodológica* a destacar de la primera investigación. Esta decisión metodológica se sustenta en resultados de investigaciones previas propias y de otros equipos de investigación, y supone asignarle un valor destacado a las actividades de ocio en la vida cotidiana de los sujetos y en los procesos de despliegue de la creatividad.

El segundo estudio también integra diferentes perspectivas de análisis dentro de las investigaciones biográficas y contextuales de la creatividad. Se articulan planteos de estudios de casos únicos con investigaciones centradas en la búsqueda de constante en la vida de varios creadores. Asimismo, se interpretan los datos, recogidos de diferentes fuentes de información, atendiendo de manera simultánea a factores subjetivos y contextuales, destacando las interacciones que se producen entre ambos factores. Además, se adoptó una postura *evolucionista* para la comprensión de los cambios que se han producido en los procesos y productos a largo de la vida de los creadores.

Nuestros estudios pretenden mostrar que las metodologías de investigación de la creatividad deben usarse de manera creativa. Consideramos que la investigación no es un formulario (Elisondo, 2007) sino un proceso complejo, dinámico y en cierto modo, impredecible. Investigar la creatividad supone afrontar no solo los desafíos de las metodologías de investigación en ciencias sociales, sino también los retos que se generan al intentar estudiar objetos multidimensionales y dinámicos como son los procesos creativos. Para estudiar la creatividad es indispensable integrar lógicas

divergentes y convergentes, técnicas, procedimientos y recursos variados y perspectivas de análisis diversas. Demostrar la necesidad de investigar creativamente la creatividad es, a nuestro criterio, una de las contribuciones del trabajo realizado.

En los estudios hemos presentado argumentos acerca de la importancia de la creatividad para la vida de las personas en particular y para la sociedad en general. El despliegue de la creatividad y la generación de productos creativos están asociados tanto al bienestar y la salud de los individuos como al desarrollo de las culturas y las sociedades. Los aportes prácticos de los estudios se sustentan en esta *doble relevancia*, individual y social de la creatividad. A partir de los estudios, identificamos contextos y condicionantes propicios para la creatividad y destacamos el papel de los sujetos en la apropiación y reconstrucción de dichos contextos y condicionantes. Nuestras investigaciones pueden ser relevantes para el diseño y la ejecución de proyectos sociales orientados al desarrollo de la creatividad. Los resultados de los estudios que hemos realizado indican que ofrecer variadas oportunidades, promover la autonomía, el placer y la creación de tiempos y espacios, generar ocasiones para la construcción de conocimientos diversos y relaciones con otros significativos son acciones indispensables para la creación de contextos educativos formales e informales que estimulen el desarrollo de procesos creativos. Atender a las características de los contextos que se generan, las interacciones que se favorecen y las oportunidades que se ofrecen a las personas para la construcción y reconstrucción de objetos culturales es indispensable para fomentar las creatividades. *Hacer visibles* las oportunidades y apoyar la apropiación de las mismas por parte de los sujetos también es una condición importante en la promoción de las creatividades.

Las futuras investigaciones en el campo de la creatividad tendrán que afrontar el desafío de la integración de perspectivas teóricas y metodológicas para la comprensión de los complejos y dinámicos procesos en los que se desarrollan las creatividades. La construcción de simbolizaciones de avanzada en el campo solo podrá realizarse a partir de la articulación de perspectivas

psicológicas, sociológicas y culturales que recuperen planteos tradicionales y desarrollos emergentes.

Avanzar en el estudio de los contextos propicios para la creatividad y los procesos de apropiación y reconstrucción que los sujetos realizan de los mismos es, a nuestro entender, una línea de investigación importante en el campo de los procesos creativos con mayúsculas y minúsculas. Como así también estudiar cómo se articulan los múltiples factores condicionantes de la creatividad y las características particulares que los procesos adquieren según los sujetos, los contextos y los campos de conocimientos. Progresar en el análisis de los beneficios individuales y sociales de la creatividad desde perspectivas éticas, sanitarias y comunitarias también es un desafío de los investigadores del campo. Asimismo, desarrollar investigaciones y acciones comunitarias que integren diversas propuestas de creatividad social es una interesante forma de vincular teorías y prácticas.

El estudio de las relaciones entre creatividades es una muy importante línea para investigaciones futuras. Además de las minúsculas y mayúsculas, otras creatividades (mini-creatividad y pro-Creatividad) también definen el complejo campo de los procesos creativos. Nos resulta muy interesante la idea de pro-creatividad en tanto da cuenta de individuos con amplia disponibilidad de experiencias y conocimientos en los campos que aún no han logrado desarrollo y logros creativos revolucionarios. La investigación de los procesos que desarrollan estas personas potencialmente creativas con mayúsculas es un tópico relevante para el análisis de las relaciones entre creatividades. Investigar los factores que determinan el surgimiento o no de la creatividad con mayúsculas en este grupo de personas parece ser uno de los caminos propicios para identificar factores determinantes de los grandes procesos creativos. Estudios longitudinales de procesos creativos de personas destacadas, aunque no creativas con mayúsculas, son necesarios para ampliar los conocimientos disponibles y resolver interrogantes que aún existen en el campo de investigación de la creatividad.

Las futuras líneas de investigación deberán retomar las preguntas clásicas del campo *¿Qué es la creatividad?* y *¿Dónde está la creatividad?* para ocuparse de interrogantes socialmente relevantes: *¿Para qué las creatividades?* *¿Cómo promover las creatividades?* Iniciamos nuestro escrito con una serie de preguntas que dan cuenta tanto de la complejidad y diversidad del campo de investigación de la creatividad como de la necesidad de estudios y propuestas de acción. A partir de esta necesidad realizamos nuestros estudios y procuramos contribuir no solo teóricamente al campo sino sentar las bases para proyectos orientados a la promoción de la creatividad, que en definitiva implica promover el desarrollo de los sujetos y las sociedades.

Afortunadamente, no hemos resuelto las preguntas, por lo tanto quedan múltiples investigaciones por realizar. Tal como ya hemos planteado repetidas veces, y considerando los múltiples beneficios identificados, invitamos al lector a desarrollar e investigar la creatividad.

Un nuevo mundo, un nuevo universo parece aproximarse. John Gribbin, Javier de Felipe, Benoît Mandelbrot, Lisa Randall y Rodney Brooks nos hablan de la existencia de planetas semejantes a la Tierra, transformaciones de la naturaleza humana a partir de la colonización del espacio, rugosidades de precios y climas, dimensiones ocultas e implantes neuronales que conecten a las personas a Internet. No parecen estar muy lejanas las evidencias acerca de nuevas formas de comprender el planeta, la naturaleza humana y los procesos sociales. Estas nuevas formas generarán cambios en las interacciones y en las maneras de percibir los contextos en los que las personas viven.

Además, problemas complejos como la pobreza, la desigualdad en la distribución de las riquezas, el calentamiento global, parece que se profundizarán en los próximos años. Es urgente la necesidad de buscar soluciones y ejecutar políticas que atiendan a estos problemas globales. Solo miradas y acciones que integren distintas perspectivas y consideren la multicausalidad de los fenómenos podrán resolver problemas como los que hemos mencionado.

La creatividad es imprescindible para habitar el mundo actual lleno de incertidumbres, desafíos y transiciones. La creatividad será un requisito indispensable para vivir en el nuevo planeta y en los nuevos contextos en los interactuarán las personas. Será la creatividad, también, la que permitirá encontrar respuestas a los complejos problemas sociales globales que asechan al planeta. Construir contextos donde se generen múltiples ocasiones para que emerja la creatividad es necesario para los sujetos y la sociedad en general.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abraham, A. (2007) Can a neural system geared to bring about rapid, predictive, and efficient function explain creativity? *Creativity Research Journal*, 19 (1):19– 24.
- Aguilar-Alonso, A. (1999) Personality and Creativity. *Personality and Individual Differences*, 21 (6): 959-969.
- Albert, R. y M. Runco (1999) A History of Research on Creativity. En Sternberg R. (Edit.) *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press. New York.
- Almansa Martínez, P. y O. López Martínez (2010) ¿Existe relación entre creatividad y preferencia estilística en un grupo de alumnos de enfermería? *Anales de Psicología*, 26 (1): 145-150.
www.um.es/analesps/v26/v26_1/17-26_1.pdf (01-03-10)
- Alonso G. (2009) Creatividad, cultura y desarrollo económico. *Pensamiento Latinoamericano*.
www.pensamientoiberoamericano.org/xnumeros/4/pdf/pensamientoIberoamericano-99.pdf (01-02-10)
- Alonso Monreal, C. (2000) *Qué es la creatividad*. Biblioteca Nueva. Madrid.
- Amabile, T. (1996) *Creativity in context*. Westview Press. Boulder.
- Amabile, T., Conti, R. y S. Pollak (1994) The positive impact of creative activity: effects of creative task engagement and motivational focus on college students' learning. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21(10): 1107-1116.
- Amabile, T., Schatzela, E., Moneta, G. y S. Kramer (2004) Leader behaviors and the work environment for creativity: perceived leader support. *The Leadership Quarterly*, 15: 5–32.
- Asakawa, K. (2004) Flow experience and autotelic personality in Japanese college students: how do they experience challenges in daily life? *Journal of Happiness Studies*, 5: 123–154.
- Averill, J. (2004) A Tale of Two Snarks: Emotional Intelligence and Emotional Creativity Compared. *Psychological Inquiry*, 15: 228-233.

- Baer, J. (1994) Why you shouldn't trust creativity test. *Educational Leadership*, 1: 80-83.
- Baer, J. (2008) Commentary: Divergent Thinking Tests Have Problems, But This Is Not the Solution. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 2, (2): 89–92.
- Baer, J. y J. Kaufman (2008) Gender differences in creativity. *Journal of Creative Behavior*, 42, 75-106.
- Balshaw, M. (2004) Risking Creativity: Building the Creative Context. *Support for Learning*, 19 (2): 1-76.
- Bandura, A. (2006) Toward a Psychology of Human Agency. *Perspectives on psychological science*, 1 (2).
<http://www.des.emory.edu/mfp/Bandura2006PPS.pdf> (01-05-10).
- Barnes, M., Davis, A. y H. Rogers (2006) Women's voices, Women's choices: Experiences and creativity in consulting women users of mental health services. *Journal of Mental Health*, 15 (3): 329-341.
- Barone, O. (1996) *Diálogos Borges-Sábato*. Emece. Buenos Aires.
- Batey, M., Chamorro-Premuzic, T. y A. Furnham (2009) Intelligence and personality as predictors of divergent thinking: The role of general, fluid and crystallised intelligence. *Thinking Skills and Creativity*, 4: 60–69.
- Becker, G. (2000-2001) The Association of Creativity and Psychopathology: Its Cultural-Historical Origins. *Creativity Research Journal*, 13 (1): 45– 53.
- Beghetto, R. (2007) Does creativity have a place in classroom discussions? Prospective teachers' response preferences. *Thinking Skills and Creativity*, 2: 1–9.
- Beghetto, R. (2009) In Search of the Unexpected: Finding Creativity in the Micromoments of the Classroom. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 3, (1): 2–5.
- Beghetto, R. y J. Kaufman (2007) Toward a Broader Conception of Creativity: A Case for “mini-c” Creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 1(2): 73-79.

- Benedetti, M. (1993) *Inventario Dos. Poesía completa 1986-1991*. Editorial Sudamericana. Buenos Aires.
- Bleakley, A. (2004) 'Your creativity or mine?': a typology of creativities in higher education and the value of a pluralistic approach. *Teaching in Higher Education*, 9 (4): 463-475.
- Boden, M. (1999) *Computer model of creativity*. En Sternberg, R. (Edit.) *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press. New York.
- Boden, M. (2007) *How Creativity Works*. Creativity East Midlands for the Creativity: Innovation and Industry Conference, 06-12-2007. <http://cii.dmu.ac.uk/resources/maggie/Boden.pdf> (20-03-10).
- Boyd Hegarty, C. (2009) The value and meaning of creative leisure. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 3(1): 10-13.
- Braceli, R. (1997) *Borges-Bioy. Confesiones, confesiones*. Sudamericana. Buenos Aires.
- Brower, R. (2003) Constructive Repetition, Time, and the Evolving Systems Approach. *Creativity Research Journal*, 15 (1): 61–72.
- Brown, J. (2007) On Vandervert et al. “Working Memory, Cerebellum, and Creativity”. *Creativity Research Journal*, 19 (1): 25 – 29.
- Burnard, P. (2006) Reflecting on the creativity agenda in education. *Cambridge Journal of Education*, 36 (3): 313-318.
- Bustamante, P. (2004) Las mejores ideas se quedan en las cabezas de los empleados. *Revista Creatividad y Sociedad*, 5. www.creatividadysociedad.com/numeros/cys5.html (07-01-10)
- Cabrera, J. (2008) Conciencia y creatividad. Una reflexión transdisciplinar. *Revista Encuentros transdisciplinarios*. <http://www.encuentros-multidisciplinarios.org/Revista%C2%BA28/Jesica%20Cabrera%20Cuevas.pdf> (01-05-10).
- Caldwell, C. (2005) Leisure and health: why is leisure therapeutic? *British Journal of Guidance & Counselling*, 33 (1): 7 –26.
- Caroff, X. y M. Besançon (2008) Leisure and health: why is leisure therapeutic? *Learning and Individual Differences*, 18 (4):367-371.

- Carson, S., Peterson, J. y D. Higgins (2005) Reliability, Validity, and Factor Structure of the Creative Achievement Questionnaire. *Creativity Research Journal*, 17 (1): 37–50.
- Chacón Araya, Y. y J. Moncada Jiménez (2006) Relación entre personalidad y creatividad en estudiantes de Educación Física. *Actualidades investigativas en educación*, 6 (1): 1-19.
- Chadwick, W. y I. Courtivron (1993) *Los otros importantes: creatividad y relaciones íntimas*. Editorial Catedra. Madrid.
- Chamorro-Premuzic, T. y A. Furnham (2003) Personality predicts academic performance: Evidence from two longitudinal university samples. *Journal of Research in Personality*, 37: 319–338.
- Charreau, E. (2005) Tres Premios Nobel argentinos. *Medicina*, 65: 541-544
<http://www.medicinabuenosaires.com/revistas/vol6505/6/Tres%20Premios%20Nobel%20argentinos.pdf> (20-05-10).
- Chávez-Eakle, R. (2007) From Incubation to Insight: Working Memory and the Role of the Cerebellum *Creativity Research Journal*, 19 (1): 31-34.
- Chávez-Eakle, R. y M. Cruz-Fuentes (2006) Personality: A Possible Bridge Between Creativity and Psychopathology? *Creativity Research Journal*, 18 (1): 27-38.
- Cohen, G. (2006) Research on Creativity and Aging: The Positive Impact of the Arts on Health and Illness. *Aging and the Arts*. Spring.
- Colección Protagonistas de la Cultura Argentina (2006) *Astor Piazzolla. Fulgor de bandoneón*. Diario La Nación. Editorial Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.
- Colección Protagonistas de la Cultura Argentina (2006) *Atahualpa Yupanqui. Cantar y andar*. La Nación. Editorial Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.
- Colección Protagonistas de la Cultura Argentina (2006) *Alfonsina Storni. La caricia perdida*. Diario La Nación. Editorial Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.

- Colección Protagonistas de la Cultura Argentina (2006) *Victoria Ocampo. Criolla gigantesca*. Diario La Nación. Editorial Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.
- Colección Protagonistas de la Cultura Argentina (2006) *Nini Marshall. Todas las voces*. Diario La Nación. Editorial Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.
- Colección Protagonistas de la Cultura Argentina (2006) *Rene Favaloro. Un medico ejemplar*. Diario La Nación. Editorial Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.
- Colección Protagonistas de la Cultura Argentina (2006) *Benito Quinquela. El maestro del color*. Diario La Nación. Editorial Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.
- Colección Protagonistas de la Cultura Argentina (2006) *Adolfo Bioy Casares. La trama perfecta*. Diario La Nación. Editorial Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.
- Colección Protagonistas de la Cultura Argentina (2006) *Roberto Arlt. El cross a la mandíbula*. Diario La Nación. Editorial Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.
- Colección Protagonistas de la Cultura Argentina (2006) *Houssay, Leloir, Milstein. Premios Nobel de la ciencia*. Diario La Nación. Editorial Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.
- Colección Protagonistas de la Cultura Argentina (2006) *Enrique Santos Discépolo. El poeta del cambalache*. Diario La Nación. Editorial Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.
- Colección Protagonistas de la Cultura Argentina (2006) *Jorge Luis Borges. El tejedor de sueños*. Diario La Nación. Editorial Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.
- Colección Protagonistas de la Cultura Argentina (2006) *Leopoldo Torre Nilsson. Imagen y poesía*. Diario La Nación. Editorial Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.
- Colección Protagonistas de la Cultura Argentina (2006) *Julio Cortázar. Compromiso y fantasía*. Diario La Nación. Editorial Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.

- Collin, M. y T. Amabile (1999) Motivation and Creativity. En Sternberg R. (Edit.) *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press. New York.
- Conferencia sobre la ceguera. Dictada por Jorge Luis Borges, el 3 de agosto de 1977 en el Teatro Coliseo de Buenos Aires.
<http://www.youtube.com/watch?v=6f1qryPPVFI> (04-05-10)
- Corbalán, J. (2008) ¿De qué se habla cuando hablamos de creatividad? *Cuadernos FHyCS-UNJu*, 35:11-21.
<http://www.scielo.org.ar/pdf/cfhycs/n35/n35a01.pdf> (02-04-10).
- Corbalán, J., Martínez, F., Donolo, D., Alonso, C., Tejerina, M. y M. Limiñana (2003) *CREA. Inteligencia Creativa. Una medida Cognitiva de la Creatividad*. TEA Ediciones. Madrid.
- Corbin Sicoli, M. (1995) Life Factors Common to Women Who Write Popular Songs. *Creativity Research Journal*, 8 (3): 265-76.
- Correa, M. (1971) *Genio y figura de Ernesto Sábato*. Eudeba. Buenos. Aires
- Craft, A. (2003) The limits to creativity in education. *British Journal of Educational Studies*, 51(2): 113–127.
- Craft, A. (2005) *Creativity in schools: Tensions and dilemmas*. Routledge. Reino Unido.
- Craft, A., T. Cremin, Burnard, P. y K. Chappell (2007) Teacher stance in creative learning: A study of progression. *Thinking Skills and Creativity*, 2 (2): 136-147.
- Cropley, D., Kaufman, J. y A. Cropley (2008) Malevolent Creativity: A Functional Model of Creativity in Terrorism and Crime. *Creativity Research Journal*, 20 (2): 105-115.
- Csikszentmihalyi, M. (1996) *Creatividad. El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. Paidós. Barcelona.
- Csikszentmihalyi, M. (1999) Implications of a systems perspective for the study of creativity. En Sternberg R. (Edit.) *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press. New York.

- Cuenca, M. (2000) Ocio humanista: dimensiones y manifestaciones actuales del ocio. Universidad de Deusto. Bilbao.
- Cuenca, M. (2009) Perspectivas actuales de la pedagogía del ocio y el tiempo libre. Otero López, J. (coord.) *La pedagogía del ocio: nuevos desafíos*. Axac. Lugo.
<http://www.apega.org/descargas/libros/pedagogocio.pdf#page=9>
 (01-02-10).
- Dacey, J. y K. Lennon (1998) *Understanding Creativity: The Interplay of Biological, Psychological, and Social Factors*. CA: Jossey-Bass. San Francisco.
- Daykin, N., McClean, S. y L. Bunt (2007) Creativity, identity and healing: participants' accounts of music therapy in cancer care. *Health: an interdisciplinary journal for the Social Study of Health, Illness and Medicine*, 11(3): 349-370.
- De la Torre, S. (2008) Creatividad cuántica: una mirada transdisciplinar. *Revista Encuentros Multidisciplinares*.
<http://www.encuentros multidisciplinarios.org/Revista%20BA28/Saturnino%20de%20la%20Torre%20de%20la%20Torre.pdf>
- Deci, E. y R. Ryan (2000) The “What” and “Why” of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry*, 11: 227-268.
- DeHaan, R. L. (2009) Teaching creativity and inventive problem-solving in science. *CBE—Life Sciences Education*, 8: 172–181.
- Dietrich, A. (2004) The cognitive neuroscience of creativity. *Psychonomic bulletin & review*, 11 (6): 1011-1026.
<http://pbr.psychonomicjournals.org/content/11/6/1011.full.pdf>
 (05-04-10)
- Dillon, P. (2006) Creativity, integrativism and a pedagogy of connection. *Thinking Skills and Creativity*, 1: 69–83.
- Dollinger, S. (2007) Creativity and conservatism. *Personality and Individual Differences*, 43: 1025–1035.
- Dollinger, S. Burke, P. y N. Gump (2007) Creativity and Values. *Creativity Research Journal*, 19 (2–3): 91–103.

- Dollinger, S. Urban, K. y T. James (2004) Creativity and Openness: Further Validation of Two Creative Product Measures. *Creative Research Journal*, 16: 35-47.
- Domino, G., Schmuck, J. y M. Schneider (2002) An Empirical Assessment of the GAM Theory of Creativity. *Creativity Research Journal*, 14 (3 & 4): 331-339.
- Donolo, D. y R. Elisondo (2007) Creatividad para todos. Consideraciones sobre un grupo particular. *Revista Anales de Psicología*, 23 (1):147-151.
- Eisenman, R. (2008) Malevolent Creativity in Criminals. *Creativity Research Journal*, 20 (2):116-119.
- Elisondo, R. (2007) La investigación no es un formulario. Vicisitudes y decisiones en estudios de creatividad En Donolo, D y M. C. Rinaudo (Editores) *INVESTIGACIÓN EN EDUCACIÓN Aportes para construir una comunidad más fecunda*. Editorial La Colmena. Buenos Aires
- Elisondo, R. (2008a) Creatividad y sus contextos. Estudios en la universidad. Tesis presentada para acceder al grado de Magíster en Educación y Universidad. Universidad Nacional de Río Cuarto.
- Elisondo, R. (2008b) *Creatividad en alumnos universitarios. Relaciones entre creatividad y variables académicas, cognitivas y de personalidad*. Trabajo presentado para la obtención de la Suficiencia Investigadora correspondiente al Programa de Doctorado Psicología Clínica y de la Salud de la Universidad de Murcia (Inédito).
- Elisondo, R. y D. Donolo (2010) Creatividad o inteligencia. This is not de question. *Revista Anales de Psicología*.
<http://revistas.um.es/analesps/article/view/109101/103761>
- Elisondo, R. y D. Donolo (2011) LOS ESTÍMULOS EN UN TEST DE CREATIVIDAD Incidencias según género, edad y escolaridad. *Boletín de Psicología* (En prensa).
- Elisondo, R., D. Donolo y J. Corbalán (2009) Evaluación de la Creatividad ¿Relaciones con inteligencia y personalidad? *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación Psicológica*, 28 (2): 67-79.

- Elisondo, R., Donolo, D. y M. Rinaudo, M. (2009a) Contextos de educación en la universidad. Perspectivas de los alumnos potencialmente más creativos. *Revista Iberoamericana de Educación*, 49 (6) <http://www.rieoei.org/2725.htm> (10-03-10)
- Elisondo, R., D. Donolo y M. Rinaudo (2009b) Ocasiones para la creatividad en contextos de educación superior. *Revista de Docencia Universitaria*. http://www.um.es/ead/Red_U/4/elisondo.pdf (10-03-10)
- Entrevista a René Favalaro realizada por Cabrera y Ritacco. (1999) *Revista Exactamente*
<http://www.fcen.uba.ar/publicac/revexact/exacta5/exaindex.htm> (10-03-10)
- Entrevista a Rene Favalaro realizada por Florio.
www.unrc.edu.ar/publicar/19/nota5.htm(10-03-10)
- Entrevista a Antonio Berni del Diario Página 12.
<http://www.pagina12.com.ar/diario/especiales/subnotas/62073-20525-2006-01-24.html>(10-03-10)
- Entrevista a Bioy Casares de Arteaga y Caligaris. *El amigo imaginario*.
Diario la Nación, 13-04-97. (10-03-10)
- Entrevista a María Elena Walsh realizada por Lennard. Diario Pagina 12. <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-4909-2008-11-02.html>(10-03-10)
- Entrevista a Angeline Montoya (autora de la biografía de Julio Bocca, "La vida en danza") de Diego Valenzuela. Radio Continental. 20-12-07.
<http://www.youtube.com/watch?v=8ob6LfD0m6k&feature=related>(10-03-10)
- Entrevista a Julio Cortázar realizada por Barnechea.
<http://www.clubcultura.com/clubliteratura/clubescritores/cortazar/barnechea.pdf>(10-03-10)
- Entrevista a Quino.
<http://www.elhistoriador.com.ar/entrevistas/q/quino.php>(10-03-10)

- Entrevista a María Elena Walsh realizada por Origgi. En Revista Imaginaria, 2000.
<http://www.educared.org.ar/imaginaria/01/9/walsh2.htm>. (10-03-10)
- Fasko, D. (2000) Education and Creativity. *Creativity Research Journal*, 13 (3- 4): 317–327.
- Feist, G. y F. Barron (2003) Predicting creativity from early to late adulthood: intellect, potencial and personality. *Journal of Research in Personality*, 37: 62-88.
- Feldman, D. (1999) The development of creativity. En Sternberg R. (Edit.) *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press. New York.
- Filipowicz, A. (2006) From Positive Affect to Creativity: The Surprising Role of Surprise. *Creative Research Journal*, 18 (2): 141-152.
- Fink, A., Benedek, M., Grabner, R., Staudt, B. y A. Neubauer (2006) Creativity meets neuroscience: Experimental tasks for the neuroscientific study of creative thinking. *Methods*, 42: 68–76.
- Fisher, B. y D. Specht (1999) Successful Aging And Creativity In Later Life. *Journal of Aging Studies*, 13 (4): 457-472.
- Florida, R. (2002) *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. Basic Books. New York.
- Fuchs, G., Kumar, V. y J. Porter (2007) Emotional Creativity, Alexithymia, and Styles of Creativity. *Creativity Research Journal*, 19 (2–3): 233–245.
- Fundación por la cultura (2008) *Talleres culturales municipales. Una experiencia inédita dentro de la cultura popular*.
http://www.imperiorural.com.ar/imperio/estructura/entretenimiento/folclore/pdfs/Suplem_Talleres.pdf (20-04-10)
- Furnham, A. Batey, M., Anand, K. y J. Manfield (2008) Personality, hypomania, intelligence and creativity. *Personality and Individual Differences*, 44: 1060–1069.

- Furnham, A. y V. Bachtiar (2008) Personality and intelligence as predictors of creativity. *Personality and Individual Differences*, 45(7): 613-617.
- Furnham, A., Crump, J., Batey, M. y T. Chamorro-Premuzic (2009) Personality and ability predictors of the “Consequences” Test of divergent thinking in a large non-student sample. *Personality and Individual Differences*, 46: 536–540.
- Galasso, N. (2004) *Discepolo y su época*. Corregidor. Buenos Aires.
- García, B. (2008) Política cultural y regeneración urbana en las ciudades de Europa Occidental: lecciones aprendidas de la experiencia y perspectivas para el futuro. *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas* (RIPS), 7 (1): 111-125.
<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCv=e=38070108> (23-01-10)
- García, F. (2004) *Los ojos. Vida y pasión de Antonio Berni*. Planeta. Buenos Aires.
- Gardner, H. (1993) *Mentes creativas*. Paidós. Barcelona.
- Glaeser, E. (2004) Review of Richard Florida’s The Rise of the Creative Class.
http://www.economics.harvard.edu/faculty/glaeser/files/Review_Florida.pdf (02-05-10)
- Glass, T., Leon, C. y L. Marottoli, (1999) Population based study of social and productive activities as predictors of survival. *British Medical Journal*.
<http://www.bmj.com/cgi/content/full/319/7208/478> (02-05-10)
- Glasser, B. y G. Straus (1967) *The discovery or grounded theory*. Aldine Publishing Company. New York.
- Glaveanu, V. (2009) Paradigms in the study of creativity: Introducing the perspective of cultural psychology, *New Ideas in Psychology*, 21 (1): 79-93
- Gonçalves Praum A. y S. de la Torre (2006) Creatividad y arte. Un nuevo camino para la inclusión social. *Creatividad y Sociedad*, 9.

<http://www.creatividadysociedad.com/numeros/cys9.html> (19-03-10)

- Gong, Y., Huang, J. y J. Farh (2009) Employee learning orientation, transformational leadership, and employee creativity: the mediating role of employee creative self-efficacy. *Academy of Management Journal*, 52 (4): 765–778.
- Gough, H. (1979). A creative personality scale for the Adjective Check List. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37: 1398-1405.
- Griffiths, S. (2008) The experience of creative activity as a treatment medium. *Journal of Mental Health*, 17(1): 49–63.
<http://www.camhsotnetwork.com/Article.pdf> (20-05-10).
- Gruber, H. y D. Wallace (1999) The case study method and evolving systems approach for understanding unique creative people at work. En Sternberg, R. (Edit.) *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press. New York.
- Gruber, H. y K. Bödeker (2005) *Creativity, Psychology and the History of Science* Series: Boston Studies in the Philosophy of Science. Springer. Netherlands.
- Gueilubrt, M. (2008) Fontanarrosa. Vida, pasión y humor. DVD. Documental. Buenos Aires.
- Gute, G., Gute, D., Nakamura, J. y M. Csikszentmihályi (2008) The Early Lives of Highly Creative Persons: The Influence of the Complex Family. *Creativity Research Journal*, 20 (4): 343-357.
- Han, J. e I. Patterson (2007) An analysis of influence that leisure has on a person's mood and health. *Annals of leisure research*, 10 (3y4): 328-351.
- Hang Wu, C., Cheng, Y., Man Ip, H. y C, McBride-Chang (2005) Age Differences in Creativity: Task Structure and Knowledge Base. *Creativity Research Journal*, 17 (4): 321–326.
- Harris, J (2004) Measured intelligence, achievement, openness to experience and creativity. *Personality and Individual Differences*, 36: 913–929.

- Heller, A. (1994) *Sociología de la vida cotidiana*. Ediciones Península. Barcelona.
- Henderson, S. (2004) Product inventors and creativity: The finer dimensions of enjoyment. *Creativity Research Journal*, 16 (2-3), 103-126.
- Hennessey, B., Kim, G., Guomin, Z. y S. Weiwei (2008) A Multi-cultural Application of the Consensual Assessment Technique. *The International Journal of Creativity & Problem Solving*, 18 (2): 87-100.
- Hocevar, D. (1979). 'The development of the Creative Behavior Inventory. Paper presented at the annual meeting of the Rocky Mountain Psychological Association.
http://www.eric.ed.gov/ERICDocs/data/ericdocs2sql/content_storage_01/0000019b/80/47/5b/0e.pdf (10-03-10)
- Howe, M. (1999) Prodigies and Creativity. En Sternberg, R. (Edit.) *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press. New York.
- Huidobro, T. (2002) *Una definición de la Creatividad a través del estudio de 24 autores seleccionados*. Tesis Doctoral. Dpto. De Psicología Básica II. Procesos Cognitivos. Universidad Complutense de Madrid.
<http://eprints.ucm.es/tesis/psi/ucm-t25705.pdf> (20-03-10)
- Hurtado de Mendoza, D. (1997) 50 años del Instituto de Investigaciones bioquímicas. Fundación Campomar. *Ciencia Hoy*.
<http://www.cienciahoy.org.ar/hoy41/campo1.htm> (09-04-10)
- Ippolito, M. y R. Tweney (2003) The Journey to *Jacob's Room*: The Network of Enterprise of Virginia Woolf's First Experimental Novel. *Creativity Research Journal*, 15 (1): 25–43.
- Isaksen, S., Lauer, K., Ekvall, G. y A. Britz (2000) Perceptions of the best and worst climates for creativity: preliminary validation evidence for the situational outlook questionnaire. *Creativity Research Journal*, 13 (2): 171–184.
- Ito, M. (2007) On “How Working Memory and the Cerebellum Collaborate to Produce Creativity and Innovation” by L. R. Vandervert, P. H. Schimpf, and H. Liu. *Creativity Research Journal*, 19 (1): 35 – 38

- Ivcevic, Z. (2009) Creativity map: Toward the next generation of theories of creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts, Special issue: New scholars in the field*, 3: 17-21.
- Jalil, P. (2007) Working Memory, Cerebellum, and Creativity. *Creativity Research Journal*, 19 (1): 39-45.
- James K. y D. Drown (2008) Whether “Malevolent” or “Negative,” Creativity Is Relevant to Terrorism Prevention: Lessons From 9/11 and Hazardous Material Trucking. *Creativity Research Journal*, 20 (2):120-127.
- Jausovec, N. (1994) *Metacognition in creative problem solving*. En Runco M. A. *Problem solving, problem finding and creativity*. Hampton. Norward NJ.
- Jausovec, N. (2000) Differences in cognitive processes between gifted, intelligent creative and average individuals while solving average problems: an EEG study. *Intelligence*, 28 (3): 213- 237.
- Jenkins, A. (2005) Creativity and Resilience in the African American Experience. *The humanistic psychologist*, 33(1), 25–32.
- Johnson, H. y L. Carruthers (2006) Supporting creative and reflective processes. *Int. J. Human-Computer Studies*, 64: 998–1030.
- John-Steiner, V. (2000) *Creative Collaboration* Oxford University Press. New York.
- Jones, K., Runco, M., Dorman, C. y D. Freeland (1997) Influential Factors in Artist's Lives and Themes in Their Artwork. *Creativity Research Journal*, 10 (2-3): 221-228.
- Jurado, A. (1964) *Borges. Genio y figura*. Eudeba. Buenos Aires.
- Juszko, P. (2000) *El humor de las argentinas*. Biblios. Buenos Aires.
- Kampylis, P. Berki, E. y P. Saariluoma (2009) In-service and prospective teachers’ conceptions of creativity. *Thinking Skills and Creativity*, 4 (1): 15-29.
- Kaufman, J. C. (2006) Self-reported differences in creativity by gender and ethnicity. *Journal of Applied Cognitive Psychology*, 20 (8), 1065-1082.

- Kaufman, J. (2009) *Creativity 101*. Springer. New York.
- Kaufman, J. y J. Baer (2004) Sure, I'm creative - but not in math!: Self-reported creativity in diverse domains. *Empirical Studies of the Arts*, 22 (2), 143-155.
- Kaufman, J. C., Gentile, C. A., & Baer, J. (2005) Do gifted student writers and creative writing experts rate creativity the same way? *Gifted Child Quarterly*, 49: 260-265.
- Kaufman, J. y R. Sternberg (2006) *The international handbook of creativity*. Cambridge University Press. Cambridge.
- Kaufman, S. y J. Kaufman, (2007) Ten years to expertise, many more to greatness: An investigation of modern writers. *Journal of Creative Behaviour*, 41: 114-124.
- Kaufman, J., Baer, J., Cole, J. y J. Sexton (2008) A comparison of expert and nonexpert raters using the Consensual Assessment Technique. *Creativity Research Journal*, 20: 171–178.
- Kaufman, J. y R. Beghetto (2009) Beyond Big and Little: The Four C Model of Creativity. *Review of General Psychology*, 13 (1): 1-12.
- Kharkhurin, A. y S. Samadpour Motalleebi (2008) The Impact of Culture on the Creative Potential of American, Russian, and Iranian College Students. *Creativity Research Journal*, 20 (4):404-411.
- King, L. y S. Gurland (2007) Creativity and experience of a creative task. *Journal of Research in Personality*, 41 (6): 1252-1259.
- King, L; Walker, L. y S. Broyles (1996) Creativity and the Five-Factor Model. *Journal of Research in Personality*, 30: 189–203.
- Kirschenbaum, R. y S. Reis (1997) Conflicts in Creativity: Talented Female Artists *Creativity Research Journal*, 10 (2-3): 251–263.
- Landry, C. (2000) *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovation*. Earthscan. London.
- Lauria, A. y E. Llambias (2000) *Dossier sobre Antonio Berni*.
- www.arteargentino.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/arteargentino/02dossiers/berni/0_berni.php (10-03-10)

- Lemons, G. (2005) When the horse drinks: Enhancing everyday creativity using elements of improvisation. *Creativity Research Journal*, 17 (1): 25–36.
- Leung, A. y C. Chiu (2008) Interactive Effects of Multicultural Experiences and Openness to Experience on Creative Potential. *Creativity Research Journal*, 20 (4):376-382.
- Leung, A., Maddux, W., Galinsky, A. y C. Chiu (2008) Multicultural experience enhances creativity: The when and how. *American Psychologist*, 63(3), 169-181.
- Levy, B. y E. Langer (1999) Aging. En Runco, M. y S. Pritzker (Eds.), *Encyclopedia of creativity*. Academic Press. New York.
- Lim, S. y J. Smith (2008) The Structural Relationships of Parenting Style, Creative Personality, and Loneliness. *Creativity Research Journal*, 20 (4):412 – 419
- Lindon, A. (2000) *La vida cotidiana y su espacio-temporalidad*. Anthropos. Barcelona.
- Llobet Estany, M. (2006) La creatividad social frente a la sociedad del riesgo. *Acciones e investigaciones sociales*, 1: 456- 467.
- López Martínez, O. (2006) *Evaluación y desarrollo de la creatividad*. Tesis Doctoral. Universidad de Murcia.
- López Martínez, O. y Juan Navarro Lozano (2008) Estudio comparativo entre medidas de creatividad: TTCT vs. CREA. *Anales de psicología*, 24 (1): 138-142. http://www.um.es/analesps/v24/v24_1/17-24_1.pdf (10-03-10)
- Los Bioy. La guardiana de los secretos. Diario La Nación. 26-06-02 http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=221807(10-04-10)
- Loveless, A.; Burton, J. y K. Turvey (2006) Developing conceptual frameworks for creativity, ICT and teacher education. *Thinking Skills and Creativity*, 1 (1) 3-13.
- Lubat, T. (1999) Creativity across cultures. En Sternberg, R. (Edit.) *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press. New York.

- Maddux, W. y A. Galinsky (2009) Cultural borders and mental barriers: The relationship between living abroad and creativity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96(5), 1047-1061.
- Mahieu, J. (1986) Beatriz Guido: las dos escrituras. *Cuadernos Hispanoamericanos*, 437: 153-168.
- Mainemelis, C. (2002) Time and Timelessness: Creativity in (and out of) the Temporal Dimension. *Creativity Research Journal*, 14 (2): 227 – 238.
- Mantindale, C y A. Dailey (1996) Creativity, primary process, cognition and personality. *Personality and Individual Differences*, 20: 409-414.
- Mantindale, C. (1999) Biological bases of creativity. En Sternberg, R. (Edit.) *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press. New York.
- Marinovic, M. y E. Carbonell (2000) A Psychological Study of Chilean actors' views of their art. *The Arts in Psychotherapy*, 27 (4): 245–261.
- Martindale, C. (2007) Creativity, primordial cognition, and personality. *Personality and Individual Differences*, 43 (7): 1777-1785.
- Martinez Zaragoza, F. (2003) Características Psicométricas del CREA (inteligencia creativa). Un estudio con población española y argentina. *RIDEP*, 16 (2).
http://www.aidep.org/03_ridep/R16/R164.pdf (30-03-10)
- Matud, M., Rodríguez, C. y J. Grande (2007) Gender differences in creative thinking. *Personality and Individual Differences*, 43 (5): 1137-1147.
- Mayer, R. (1999) *Fifty years of creativity research*. En Sternberg, R. (Edit.) *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press. New York.
- Mc Crae, R. (1987) Creativity, divergent thinking and openness to experience. *Journal of Personality*, 60: 175-215.
- Menchen, F. (2007) Descubre tu creatividad en tu tiempo libre. *IV Congreso Internacional de ocio joven*.
<http://www.iacat.com/revista/recrearte/recrearte07/Seccion6/6.%20Menche%C3%A7Ponencia.pdf> (20-04-10)

- Metzl, A. y M. Morrell (2008) The Role of Creativity in Models of Resilience: Theoretical Exploration and Practical Applications. *Journal of Creativity in Mental Health*, 33 (3): 303-318.
- Metzl, E. (2007) *Exploration of creativity and resiliency in survivors of hurricane katrina*. Tesis Doctoral. Florida State University
- <http://proquest.umi.com/pqdlink?did=1490085731&Fmt=14&VType=PQD&VInst=PROD&RQT=309&VName=PQD&TS=1274536877&clientId=79356> (10-03-10)
- Metzl, E. (2009) The role of creative thinking in resilience after hurricane Katrina. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 3(2): 112-123.
- Miller, A. (2007) Unconscious Thought, Intuition, and Visual Imagery—A Critique of “Working Memory, Cerebellum, and Creativity”. *Creativity Research Journal*, 19 (1): 47–48.
- Miller, G. e I. Tal (2007) Schizotypy versus openness and intelligence as predictors of creativity. *Schizophrenia Research*, 93: 317–324.
- Moneta, G. (2004a) The flow experience across cultures. *Journal of Happiness Studies*, 5: 115–121.
- Moneta, G. (2004b) The flow model of intrinsic motivation in Chinese: cultural and personal moderators. *Journal of Happiness Studies*, 5: 181–217, 2004.
- Monteagudo, M. (2007) *El Ocio en la investigación actual*. Jesús Editorial. Bilbao.
- Montoya, A. (2007) *La vida en danza*. Aguilar. Buenos Aires.
- Morais, M. (2007) La creatividad de Inventores portugueses en sus propias palabras: Identificación de características de personalidad y de recorrido de vida. *Revista Creatividad y Sociedad*
- <http://www.creatividadysociedad.com/articulos/Creatividad%20y%20Sociedad.%20La%20creatividad%20de%20inventores%20portugueses%20en%20sus%20propias%20palabras.pdf> (20-05-10)
- Morrison, R. y B. Wallace (2001) Imagery vividness, creativity and the visual arts. *Journal of mental Imagery*, 25 (3-4): 135-152.

- Mumford, M. (2003) Where have we been, where are going? Taking stock in creativity research. *Creativity Research Journal*, 15 (2 y 3): 107-120.
- Mumford, M., Vessey, W. y J. Barrett (2008) Commentary: Measuring divergent thinking: Is there really one solution to the problem? *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 2(2): 86-88.
- Mumford, M. y J. Caughron (2007) Neurology and Creative Thought: Some Thoughts About Working Memory, the Cerebellum, and Creativity. *Creativity Research Journal*, 19 (1): 49-54.
- Muñoz-Doyague, M. González-Álvarez, N. y M. Nieto (2008) An Examination of Individual Factors and Employees' Creativity: The Case of Spain. *Creativity Research Journal*, 20 (1): 21-33.
- Nakamura, J. y M. Csikszentmihalyi (2003) Creativity in Later Life. En Sawyer, R., John-Steiner, V., Moran, S., Sternberg, R.J., Feldman, D.H., Nakamura, J., y M. Csikszentmihalyi (2003) *Creativity and development*. Oxford University Press. New York.
- Nale Roxlo, C. y B. Marmol (1964) *Genio y figura de Alfonsina Storni*. Eudeba. Buenos Aires.
- Nassif, C. y R. Quevillon (2008) The Development of a Preliminary Creativity Scale for the MMPI-2: The C Scale. *Creativity Research Journal*, 20 (1):13-20
- Nemiro, J. (1997) Interpretive Artists: A Qualitative Exploration of the Creative Process of Actors. *Creativity Research Journal*, 10 (2-3): 229-239.
- Nickerson, R. (1999) *Enhancing creativity*. En Sternberg, R. (Edit.) *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press. New York.
- Nivón Bolán, E. (2008) Planeación cultural, la asignatura pendiente El caso del Distrito Federal en México. *Políticas Culturais em Revista*, 2 (1): 1-33.
<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/pculturais/article/view/3331/2447> (10-04-10)
- O'Hara, L. y R. Sternberg (1999) *Creativity and intelligence*. En Sternberg R. (Edit.) *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press. New York.

- Ocampo, V. (1969) *Dialogos con Borges*. Editorial Sur. Buenos Aires.
- Oliveira, E., Almeida, L., Ferrándiz, C., Ferrando, M., Sainz, M. y M. Prieto (2009) Tests de pensamiento creativo de Torrance (TTCT): elementos para la validez de constructo en adolescentes portugueses. *Psicothema*, 21 (4): 562-567.
- Paladini, A. (2007) Leloir. *Una mente brillante*. Eudeba. Buenos Aires.
- Paulovich, A. (1993) Creativity and graduate education. *Molecular Biology of the Cell*, 4: 565-568.
- Peck, J. (2005) Struggling with the Creative Class. *International Journal of Urban and Regional Research* 29, (4): 740-770.
- Peterson, J; Smith, K. y S. Carson (2002) Openness and extraversion are associated with reduced latent inhibition: replication and commentary. *Personality and Individual Differences*, 33: 1137–1147.
- Piazzolla, D., R. Chavero y G. Fuentes Rey (2002) *Astor Atahualpa. Los caminos de la identidad*. Comisión para la Preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires. Dirección de Museos de Buenos Aires.
- http://estatico.buenosaires.gov.ar/areas/cultura/cpphc/archivos/libros/astor_atahualpa.pdf (01-05-10).
- Plucker, J. y J. Renzulli (1999) Psychometric approaches to the study of human creativity. En Sternberg, R. (Edit.) *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press. New York.
- Plucker, J., Beghetto, R. y G. Dow (2004) Why isn't creativity more important to educational psychologists? Potentials, pitfalls and future directions in creativity research. *Educational Psychologist*, 39 (2): 83-96.
- Plucker, J., Runco, M. y W. Lim (2006) Predicting Ideational Behavior From Divergent Thinking and Discretionary Time on Task. *Creativity Research Journal* 18 (1): 55–63.
- Policastro, E y H. Gardner (1999) From case studies to robust generalizations. En Sternberg, R. (Edit.) *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press. New York.

- Prabhu, V., Charlotte Sutton, C. y W. Sauser (2008) Creativity and Certain Personality Traits: Understanding the Mediating Effect of Intrinsic Motivation. *Creativity research journal*, 20 (1): 53–66.
- Prabhu, V., Sutton, V. y W. Sauser (2008) Creativity and Certain Personality Traits: Understanding the Mediating Effect of Intrinsic Motivation. *Creativity Research Journal*, 20 (1):53-66.
- Prado Suárez, R. (2006) Creatividad y sobredotación. Diagnóstico e intervención psicopedagógica. *Creatividad y Sociedad*, 9: 63-76.
- Preckel, F., Holling, H. y M. Wiese (2005) Relationship of intelligence and creativity in gifted and non-gifted students: an investigation of threshold theory. *Personality and individual differences*, 40: 159-170.
- Prentky, R. (2000-2001) Mental Illness and Roots of Genius. *Creativity Research Journal*, 13 (1): 95-104.
- Pritzker S. y M. Runco (1999) *Encyclopedia of Creativity*. Academic Press. San Diego.
- Quiñones Rodríguez, M. (2006) *CREATIVIDAD Y RESILIENCIA. Análisis de 13 casos Colombianos*. Tesis Doctoral. Universidad Autónoma de Madrid. http://digitool-uam.greendata.es:1801/view/action/singleViewer.do?dvs=1275925954184~671&locale=es&VIEWER_URL=/view/action/singleViewer.do?&DELIVERY_RULE_ID=4&frameId=1&usePid1=true&usePid2=true (01-05-10).
- Razumnikova, O. (2007) Creativity related cortex activity in the remote associates task. *Brain Research Bulletin*, 73: 96–102.
- Reuter, M., Panksepp, J., Schnabel, N., Kellerhoff, N., Kempel, P. y J. Henning (2005) Personality and Biological Markers of Creativity. *European Journal of Personality*, 19: 83–95.
- Reynolds, F. Hean Lim, K. y S. Prior (2008) Images of Resistance: A Qualitative Enquiry in to the Meanings of Personal Artwork for Women Living With Cancer. *Creativity Research Journal*, 20 (2): 211-220.
- Richards, R. (2000-2001) Millennium as Opportunity: Chaos, Creativity, and Guilford's Structure of Intellect Model. *Creativity Research Journal*, 13, (3-4): 249-265.

- Richards, R. (2007a) Everyday creativity: our hidden potential. En Richards, R. (Edit.) *Everyday creativity and new views of human nature*. American Psychological Association. Washington.
- Richards, R (2007b) Everyday creativity and the arts. *World Futures*, 63: 500–525
- Rietzschel, E., Nijstad, B. y W. Stroebe (2006) Productivity is not enough: a comparison of interactive and nominal groups on idea generation and selection. *Journal of Experimental Social Psychology*, 42: 244-251.
- Rinaudo, M. C. y D. Donolo (2000) *Casandra y la educación*. En GUERCI de SIUFI, B. *Pensando la Universidad*. Editorial UNJU y Red de Editoriales de Universidades Nacionales. Jujuy.
- Rindermann, H. y A. Neubauer (2004) Processing speed, intelligence, creativity, and school performance: Testing of causal hypotheses using structural equation models. *Intelligence*, 32: 573–589.
- Rodríguez Leirado, P. y L. Oliva Recordando a Niní Marshall. Una humorista inigualable. *Revista Al Margen*.
<http://www.almargen.com.ar/sitio/seccion/cine/nini/> (01-04-10)
- Rodríguez, T. (2007) La creatividad: una visión desde la física cuántica. *Revista RecreArte*.
http://www.revistarecreate.net/IMG/pdf/R11_-_1.F_-_Vision_cuantica_de_la_creatividad._Teodosio_Rodriguez.pdf
 (20-05-10)
- Romeiro, P. y R. Méndez Gutiérrez del Valle (2008) LAS CIUDADES DEL CONOCIMIENTO: REVISIÓN CRÍTICA Y POSIBILIDADES DE APLICACIÓN A LAS CIUDADES INTERMEDIAS *Scripta Nova*, 12 (270)
<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-270/sn-270-50.htm> (18-05-10)
- Romo, M. (2005) Creatividad como un sistema caótico. *Revista Recrearte*.
<http://www.iacat.com/revista/recreate/recreate04/Seccion1/c aos%20y%20creatividad%20IACAT.pdf> (13-05-10).

- Romo, M. (2007) Psicología de la ciencia y la creatividad *Revista Creatividad y Sociedad*, 10.
- <http://www.creatividadysociedad.com/articulos/Creatividad%20y%20Sociedad.%20Psicologia%20de%20la%20ciencia%20y%20la%20creatividad.pdf> (20-03-10)
- Root-Bernstein, R., Bernstein, M. y H. Garnier (1995) Correlations Between Avocations, Scientific Style, Work Habits, and Professional Impact of Scientists. *Creativity Research Journal*, 8 (2): 115-137.
- Rudowicz, E. (2003) Creativity and Culture: a two way interaction *Scandinavian Journal of Educational Research*, 47(3): 273-290.
- Runco, M. (1999) Time. En Runco, M. y S. Pritzker (Eds.), *Encyclopedia of creativity*. Academic Press. New York.
- Runco, M. (2004) Creativity. *Annu. Rev. Psychol*, 55: 657–87.
- Runco M. (2007a) *Creativity: Theories and Themes: Research, Development, and Practice*. Academic Press. Hardbound.
- Runco, M. (2007b) To understand is to create: an epistemological perspective on human nature and personal creativity. En Richards, R. (Ed.) *Everyday creativity and new views of human nature. Psychological, social, and spiritual perspectives* American Psychological Association. Washington.
- Runco, M. (2008) Commentary: Divergent thinking is not synonymous with creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 2 (2): 93-96.
- Runco, M., Ebersole, P. y W. Mraz (1991). Self-actualization and creativity. *Journal of Social Behaviour and Personality*, 6: 161-167.
- Runco, M y S. Sakamoto (1999) *Experimental studies of creativity*. En Sternberg, R. (Edit.) *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press. New York.
- Runco, A., Plucker, J y W. Lim (2000-2001) Development and Psychometric Integrity of a Measure of Ideational Behavior. *Creativity Research Journal*, 13 (3 -4): 393–400.

- Runco, M. y D. Johnson (2002) Parents' and Teachers' Implicit Theories of Children's Creativity: A Cross-Cultural Perspective. *Creativity Research Journal*, 14 (3-4) 427-438.
- Runco, M. y R. Albert (2005) Parents' Personality and the Creative Potential of Exceptionally Gifted Boys. *Creativity Research Journal*, 17 (4): 355-367.
- Runco, M., Dow, G. y W. Smith (2006) Information, experience, and divergent thinking: an empirical test. *Creativity Research Journal*, 18 (3): 269-277.
- Ruscio, J., Whitney, D. y T. Amabile (1998) Looking inside the fishbowl of creativity: verbal and behavioural predictors of creative performance. *Creativity Research Journal*, 11 (3): 234-263.
- Sabate, J. y M. Tironi (2008) Rankings, creatividad y urbanismo. EURE, 36 (102): 5-23. <http://www.eure.cl/articulos/549/rankings-creatividad-y-urbanismo/> (08-05-10)
- Sabato, E. (1998) *Antes del fin*. Editorial Planeta. Buenos Aires.
- Sabato, E. (2000) *La resistencia*. Editorial Seix Barral. Buenos Aires.
- Sabato, E. (2004) *España en los diarios de mi vejez*. Seix Barral. Buenos Aires.
- Sánchez-Herrero, S. (2008) La importancia de la perspectiva de género en la psicología del ocio. *Anales de Psicología*, 24 (1): 64-76.
- Sanz de Acedo Lizarraga, M. y M. Sanz de Acedo Baquedano (2008) Instrucciones explícitas para la ejecución creativa según dos tests de creatividad teniendo en cuenta la inteligencia. *Anales de psicología*, 24 (1): 129-137.
http://www.um.es/analeps/v24/v24_1/16-24_1.pdf (10-05-10)
- Sarlo, B. (1988) *Una modernidad periférica: Buenos Aires 1920 y 1930*. Buenos Aires. Nueva Visión.
- Sarlo, B. (1992) *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina*. Buenos Aires. Nueva Visión.

- Sass, L. y D. Schuldberg (2000-2001) Introduction to the Special Issue: Creativity and the Schizophrenic Spectrum. *Creativity Research Journal*, 13 (1): 1-4
- Sawyer, K. (2000b) Improvisational Cultures: Collaborative Emergence and Creativity in Improvisation. *MIND, CULTURE, AND ACTIVITY*, 7(3), 180–185
<http://musicweb.ucsd.edu/~sdubnov/Mu206/ImprovisationSawyer.pdf> (10-03-10)
- Sawyer, K. (2006) *Explaining creativity: the science of human innovation* Oxford University Press. New York.
- Sawyer, K. (2000a) Improvisation and the creative process: Dewey, collingwood, and the aesthetics of spontaneity. *The Journal of aesthetics and art criticism*, 58 (2): 149-161.
- Schlossberg, M. y E. Alcoba (2002) Adultos Mayores en Accion. Una Experiencia de Extensión a la Comunidad. *Revista Voces*. UNRC.
www.unrc.edu.ar/publicar/26/dossi6.html (10-03-10)
- Schuldberg, D. (1999) Chaos theory and creativity. En Runco, M. y S. Pritzker (Eds.), *Encyclopedia of creativity*. Academic Press. New York.
- Schuldberg, D. (2000-2001) Creativity and Psychopathology: Categories, Dimensions, and Dynamics. *Creativity Research Journal*, 13 (1): 05-110.
- Schuldberg, D. (2007) Living well creatively: What's chaos got to do with it? En Richards, R. (Edit.) *Everyday creativity and new views of human nature*. American Psychological Association. Washington.
- Shalley, C. y L. Gilson (2004) What leaders need to know: A review of social and contextual factors that can foster or hinder creativity. *The Leadership Quarterly*, 15: 33–53.
- Shalley, C., Zhou, J. y G. Oldham (2004) The Effects of Personal and Contextual Characteristics on Creativity: Where Should We Go from Here? *Journal of Management*, 30 (6): 933–958.

- Silvia, P., Nusbaum, E., Berg, C., Martin, C. y A. O'Connor (2009) Openness to experience, plasticity, and creativity: Exploring lower-order high-order, and interactive effects. *Journal of Research in Personality*, 43 (6): 1087-1090.
- Silvia, P., Winterstein, B., Willse, J., Barona, C., Cram, J., Hess, K., Martinez, J. y C. Richard (2008) Assessing Creativity With Divergent Thinking Tasks: Exploring the Reliability and Validity of New Subjective Scoring Methods. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 2 (2): 68-85.
- <http://www.nipissingu.ca/faculty/stange/courses/P2255/AssessingCreativity.pdf> (28-04-10).
- Simonton, D. (1999) Creativity from a historiometric perspective. En Sternberg R. (Edit.) *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press. New York.
- Simonton, D. K. (2006) Creativity around the world in 80 ways ... but with one destination. En Kaufman, J. y R. Sternberg (Eds.) *International handbook of creativity research* (pp. 490-496). Cambridge University Pres. New York.
- Sirvent, M. (2007) La educación de jóvenes y adultos frente al desafío de los movimientos sociales emergentes en Argentina. *Revista argentina de sociología*, 5 (8).
- <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n28/a04n28.pdf> (09-02-10)
- Snoeck Neiva do Amaral, A. L. (2006) *O sentido subjetivo da aprendizagem para alunos universitarios criativos*. Disertación presentada en la Facultad de Educación de la Universidad de Brasilia como requisito para acceder al título de Magíster en Educación.
- http://repositorio.bce.unb.br/bitstream/10482/2108/1/2006_Ana%20Luiza%20Snoeck%20Neiva%20do%20Amaral.pdf (01-05-10)
- Soneira, A. (2006) La Teoría fundamentada en los datos (Grounded Theory) de Glaser y Strauss. En Vasilachis (coord.) *Estrategias de investigación cualitativa*. Gedisa. Barcelona.
- Sorrentino, F. (1996) *Siete conversaciones con Jorge Luis Borges*. El ateneo. Buenos Aires.

- Spooner, M. (2008) Commentary on Malevolent Creativity. *Creativity Research Journal*, 20 (2):128 – 129.
- Sternberg, R. (1999) *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press. New York.
- Sternberg, R. (2005) Creativity or creativities? *Int. J. Human-Computer Studies*, 63: 370–382.
- Sternberg, R. (2006) The Nature of Creativity. *Creativity Research Journal*, 18 (1): 87–98.
- Sternberg, R. y T. Lubart (1991) An investment theory of creativity and its development. *Human Development*, 34: 1-3.
- Sternberg, R. y T. Lubart (1996) Investing in Creativity. *American Psychologist*, 51(7): 677-688.
- Sternberg, R. y T. Lubart (1997) *La creatividad en la cultura conformista. Un desafío a las masas*. Paidós. Barcelona.
- Sternberg, R. y T. Lubart (1999) The concept of Creativity: Prospects and Paradigms. En Sternberg, R. (Edit.) *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press. New York.
- Sternberg, J., Kaufman, J. y J. Pretz (2002) *The creativity conundrum: A propulsion model of kinds of creative*. Psychology Press. New York.
- Strong, C., Nowakowska, C., Santosa, C., Wang, P. Kraemer, H y T. Ketter (2007) Temperament–creativity relationships in mood disorder patients, healthy controls and highly creative individuals. *Journal of Affective Disorders* 100: 41–48.
- Therivel, W. (1999) Why Mozart and Not Salieri. *Creativity Research Journal*, 12 (1): 67 – 76.
- Törnqvist, G. (2004) Creativity in time and space. *Geografiska Annaler*, 86 (4) 227-243.
- UNESCO (2004) Ciudades Creativas: fomentar el desarrollo social y económico a través de las industrias culturales.
http://portal.unesco.org/culture/es/files/23947/11097017581Ciudades_Creativas_Espagnol.doc/Ciudades%2BCreativas%2BEspagnol.doc (01-04-10).

- Van Oers, B. (1998) From context to contextualizing *Learning and Instruction*, 8 (6): 473–488.
- Vandervert, L. Paul H. Schimpf; Hesheng Liu How (2007) Working Memory and the Cerebellum Collaborate to Produce Creativity and Innovation. *Creativity Research Journal*, 19 (1): 1-18.
- Vartanian, O., Martindale, O. y J. Kwiatkowski (2007) Creative potential, attention, and speed of information processing. *Personality and Individual Differences*, 44 (6): 1382-1390.
- Veenhoven, R. (2000) THE FOUR QUALITIES OF LIFE. Ordering concepts and measures of the good life. *Journal of Happiness Studies*, 1: 1-39.
- <http://publishing.eur.nl/ir/darenet/asset/8862/2000c-full.pdf> (23-04-10).
- Vidal, F. (2003) Contextual Biography and the Evolving Systems Approach to Creativity. *Creativity Research Journal*, 15 (1): 73–82.
- Walberg , H., Guoxiong Z., Cummings, C., Phillipelli, L., Freeman, K., Haller, E., Littlewood, E., Lu, D., Maud, P., Morgan, D., Nowacki, C., Paschal, R., Ruestow, M., Stariha, W., Strykowski, B., Walberg III, H., Wallace, T. y S. Zeiser (1996) Childhood Traits and Experiences of Eminent Women. *Creativity Research Journal*, 9 (1): 97-102.
- Wallace, D y H. Gruber (1989) *Creative people at work: Twelve cognitive case studies*. New York: Oxford University Press.
- Ward, T. (1994) Structured imagination: the role of conceptual structure in exemplar generation. *Cognitive Psychology*, 27:1-40.
- Ward, T. (2007) Creative cognition as a window on creativity. *Methods*, 42: 28–37.
- Ward, T., Patterson, M. y C. Sifonis (2004) The Role of Specificity and Abstraction in Creative Idea Generation. *Creative Research Journal*, 16 (1): 1-9.
- Ward, T., Smith S. y R. Finke (1999) *Creative Cognition*. En Sternberg R. (Edit.) *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press. New York.

- Wechsler, S. (2009) Impacto de la edad y del genero en los estilos de pensar y crear. *European Journal of Education and Psychology*, 2 (1).
http://www.ejep.es/index.php/journal/article/view/20/pdf_22
 (10-04-10)
- Weisberg, R. (1999) Creativity and Knowledge: A Challenge to theories. En Sternberg R. (Edit.) *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press. New York.
- Welling, H. (2007) Cerebellar Creativity: Abstraction of Mental Movements
Creativity Research Journal, 19 (1): 55-57.
- Whitelock, D., Faulkner, D. y D. Miell (2008) Promoting creativity in PhD supervision: Tensions and dilemmas. *Thinking Skills and Creativity*, 3: 143–153.
- Williams, W. y L. Yang (1999) Organizational creativity. En Sternberg R. (Edit.) *Handbook of Creativity*. Cambridge University Press. New York.
- Wolfradt, U. y J. Pretz (2001) Individual differences in Creativity: Personality, Story Writing and Hobbies. *European Journal of Personality*, 15: 271-310.
- Xiaoxia Ai (1999) Creativity and academic achievement: an investigation of gender differences. *Creativity Research Journal*, 12 (4): 329-337.
- Yupanqui, A. (2008) *Este largo camino. Memorias*. Cantaros. Buenos Aires.
- Zaldúa, G., Sopransi, M., Estrada, S. y V. Veloso, (2008) Políticas sociales, dispositivos autogestivos y enunciados subjetivantes. *Anuario de investigación. Facultad de Psicología UBA*, 15.
<http://www.scielo.org.ar/pdf/anuinv/v15/v15a24.pdf>(10-05-10)
- Zausner, T. (1998) When Walls Become Doorways: Creativity, Chaos Theory, and Physical Illness. *Creativity Research Journal*, 11 (1): 21-28.

ANEXOS

Anexo I: Cuestionario de logros creativos (Hocevar, 1979)

(Traducido y adaptado por Romina Elisondo para la presente investigación)

Responder 0, 1, 2 o 3 según los siguientes criterios

Nunca	0
1 o 2 veces	1
De 3 a 5 veces	2
Más de 5 veces	3

1	Recibió un premio por actuar (teatro, cine, etc.)	
2	Trabajó como editor para una publicación literaria escolar o universitaria	
3	Trabajó como editor para un diario u organización similar	
4	Construyó algo que requiere conocimientos científicos como por ejemplo una radio, un telecopio o un aparato científico (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
5	Realizó una pintura original (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
6	Participó en una competencia de discursos (debates)	
7	Diseñó o realizó sus propias tarjetas de saluciones	
8	Dio un recital	
9	Presentó un original escrito sobre matemáticas a un grupo especialista o profesional	
10	Fundó una revista literaria o una publicación similar	
11	Realizó una artesanía de metal (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
12	Realizó velas	
13	Tejió o hizo algo al crochet	
14	Presentó un show de marionetas	
15	Realizó sus propias decoraciones	
16	Construyó un colgante móvil (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
17	Recibió un premio por su actuación en valet o danza moderna	
18	Recibió un premio por su actuación en danza popular	
19	Tiene un trabajo de matemáticas publicado	
20	Realizó una escultura (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
21	Compuso una música original que ha sido publicada o presentada públicamente	
22	Tiene una pieza de literatura (poema, historia, etc.) publicada en una revista escolar o universitaria	
23	Desarrolló un diseño experimental (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	

24	Escribió poemas (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
25	Escribió una obra de teatro (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
26	Participó en un proyecto o trabajo en una competencia científica	
27	Recibió un premio por una realización artística	
28	Recibió un premio por realizar una artesanía	
29	Realizó artesanías de plástico, vidrio o materiales similares (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
30	Realizó historietas	
31	Realizó artesanías de cuero (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
32	Realizó artesanías de cerámica (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
33	Escribió música para un instrumento (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
34	Escribió música para varios instrumentos (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
35	Diseñó e hizo prendas de vestir (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
36	Cocinó un plato original	
37	Preparó un arreglo floral original	
38	Aplicó la matemática para resolver un problema práctico (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
39	Realizó un programa original de computación (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
40	Dibujó una pintura por razones estéticas (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
41	Escribió la lírica de una canción (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
42	Realizó la coreografía de una danza (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
43	Escribió una historia corta (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
44	Escribió algo humorístico como chistes, sátiras (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
45	Planeó y presento un discurso original (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	

Responder 0, 1, 2 o 3 según los siguientes criterios

Nunca	0
1 o 2 veces	1
De 3 a 5 veces	2
Más de 5 veces	3

46	Realizó joyas (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
47	Grabó un disco	
48	Realizó un show de radio	
49	Tiene una pieza de literatura (poema, historia) publicada (no en una publicación escolar o universitaria)	
50	Tomó y perfeccionó sus propias fotografías (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	

51	Actuó en un valet o en danza moderna en un show o competencia	
52	Tiene un trabajo artístico o una artesanía exhibida públicamente	
53	Ganó un premio por su habilidad musical	
54	Escribió letras ingeniosas o humorísticas	
55	Diseño un juego	
56	Dirigió u organizó un grupo político	
57	Ganó un premio por un proyecto o trabajo científico	
58	Actuó en televisión	
59	Fue asistente en el diseño de un escenario o decorado para una producción musical o dramática (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
60	Tiene un trabajo artístico presentado en una publicación escolar o universitaria	
61	Tuvo un papel en una producción dramática (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
62	Tiene un trabajo artístico presentado (no en publicación escolar o universitaria)	
63	Empezó pero no finalizó una novela (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
64	Escribió una novela completa (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
65	Realizó o ayudó a realizar un video o una película (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
66	Realizó un instrumento musical	
67	Ayudó a diseñar un proyecto financiero	
68	Ganó un premio por algún logro en literatura	
69	Presentó un trabajo o proyecto matemático en una competencia	
70	Tiene un trabajo científico publicado	
71	Planeó y mantuvo un jardín (de plantas)	
72	Realizó el bosquejo de un libro	
73	Fue miembro de una orquesta sinfónica	
74	Participó en una competencia como cantante	
75	Participó en una competencia como músico	
76	Diseño y construyó una artesanía de madera (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
77	Planeó y dirigió un evento comunitario o escolar	
78	Ganó un premio por un discurso y debate	
79	Escribió una obra que fue presentada en una interpretación pública	
80	Dirigió una producción dramática	
81	Diseño y realizó un traje	
82	Inventó un truco de magia	
83	Ejecuta un instrumento (de percusión, incluido el piano) con habilidad	
84	Ejecuta un instrumento de cuerda con habilidad	
85	Ejecuta un instrumento de metal con habilidad	
86	Ejecuta un instrumento de viento con habilidad	
87	Participó en un club u organización dramática o teatral (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
88	Participó en un club u organización de artesanías (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
89	Participó en una club u organización de escritores (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	
90	Participó en una club u organización de danza (excluir trabajos realizados en cursos escolares)	

Anexo II: Análisis estadísticos (Estudio 1. Capítulo 1)

Tabla 1: Medias, desviación estándar y pruebas de diferencia de media en el CREA, CBI y tarea creativa según participación en actividades extras de ocio

	Actividad extra	M	S	t	Sig.
CREA	SI	12,27	5,24	3,195	,002
	NO	10,49	4,37		
CBI Artesanías	SI	14,91	10,05	3,047	,003
	NO	11,67	8,25		
CBI Artes Plásticas	SI	4,71	4,79	4,834	,000
	NO	2,41	3,32		
CBI Actuación	SI	5,61	5,65	5,638	,000
	NO	2,62	3,18		
CBI Literatura	SI	5,39	5,76	4,155	,000
	NO	3,00	4,04		
CBI Música	SI	3,01	5,34	5,024	,000
	NO	,72	1,64		
CBI Ciencia	SI	3,14	2,92	2,090	,037
	NO	2,47	2,60		
Desempeños	SI	6,91	5,59	6,300	,000
No categorizables	NO	3,49	3,60		
Total CBI	SI	43,68	24,17	7,076	,000
	NO	26,27	18,01		
Sumatoria valoraciones	SI	30,65	9,05	1,05	,294
Tarea creativa	NO	29,64	7,14		

CREA: Test de Inteligencia Creatividad

CBI: Cuestionario de Logros Creativos

Tabla 2: Medias, desviación estándar y pruebas de diferencia de media en el CREA, CBI y tarea creativa según participación en una o varias actividades extras de ocio

	Actividad Extra	M	S	t	Sig.
CREA	Una Actividad	11,50	4,343	-4,295	,000
	Varias Actividades	16,16	7,352		
CBI Artesanías	Una Actividad	14,26	9,472	-1,764	,080
	Varias Actividades	18,12	12,245		
CBI Artes Plásticas	Una Actividad	4,13	4,488	-3,427	,001
	Varias Actividades	7,60	5,268		
CBI Actuación	Una Actividad	4,93	5,325	-3,402	,001
	Varias Actividades	9,00	6,131		
CBI Literatura	Una Actividad	4,45	5,103	-4,780	,000
	Varias Actividades	10,08	6,620		
CBI Música	Una Actividad	2,87	5,195	-,723	,471
	Varias Actividades	3,72	6,100		
CBI Ciencia	Una Actividad	3,03	2,948	-1,013	,313
	Varias Actividades	3,68	2,765		
CBI Desempeños	Una Actividad	5,98	5,095	-4,943	,000
	Varias Actividades	11,60	5,672		
Total CBI	Una Actividad	39,66	21,881	-4,899	,000
	Varias Actividades	63,80	25,423		
Sumatoria valoraciones	Una Actividad	29,72	8,79		
	Varias Actividades	35,25	9,06	-2,794	,006

CREA: Test de Inteligencia Creatividad

CBI: Cuestionario de Logros Creativos

Tabla 3: Medias, desviación estándar y pruebas de diferencia de media en el CREA, total del CBI y tarea creativa según tipo actividades extras de ocio

	Tipo de actividad	M	S	F	Sig.
CREA	ONG	12,13	3,974		
	Comunidad religiosa	11,53	4,307		
	Danzas	12,00	4,738		
	Plástica	10,25	4,155	4,766	,000
	Música	9,50	3,258		
	Artesanías	12,50	4,517		
	Teatro	12,56	6,126		
TOTAL CBI	ONG	34,22	19,998		
	Comunidad religiosa	41,93	20,827		
	Danzas	35,16	15,082		
	Plástica	55,13	27,664	12,798	,000
	Música	34,17	23,796		
	Artesanías	40,38	16,370		
	Teatro	46,89	26,021		
Sumatoria puntajes	ONG	35,00	10,328		
	Comunidad religiosa	31,00	6,4194		
Tarea creativa	Danzas	26,50	8,6159		
	Plástica	30,00	7,2061	3,111	,002
	Música	26,00	10,322		
	Artesanías	23,50	5,281		
	Teatro	33,00	8,683		

CREA: Test de Inteligencia Creatividad

CBI: Cuestionario de Logros Creativos

Tabla 4: Medias, desviación estándar y diferencias de media en subescalas CBI según tipo actividades de ocio

	Tipo de actividad	M	S	F	Sig.
CBI Artesanías	ONG	12,84	9,169		
	Comunidad religiosa	13,20	5,621		
	Danzas	11,58	5,531	4,438	,000
	Plástica	19,94	12,866		
	Música	9,56	7,732		
	Artesanías	20,31	9,322		
	Teatro	15,33	11,158		
CBI Artes plásticas	ONG	3,47	4,235		
	Comunidad religiosa	3,27	2,404		
	Danzas	2,42	2,364		
	Plástica	10,13	5,265	11,91	,000
	Música	2,61	3,483		
	Artesanías	3,94	3,568		
	Teatro	4,22	5,585		
CBI Actuación	ONG	2,38	3,119		
	Comunidad religiosa	6,80	5,294		
	Danzas	9,42	5,571		
	Plástica	4,88	5,303	13,438	,000
	Música	2,50	2,333		
	Artesanías	3,94	4,611		
	Teatro	8,11	8,462		
CBI Literatura	ONG	5,22	6,588		
	Comunidad religiosa	4,73	4,496		
	Danzas	2,79	3,276		
	Plástica	4,88	5,702	6,446	,000
	Música	4,33	5,303		
	Artesanías	3,87	4,129		
	Teatro	5,22	3,528		
CBI Música	ONG	,78	1,497		
	Comunidad religiosa	3,67	6,114		
	Danzas	2,47	3,389		
	Plástica	2,25	4,297	8,979	,000
	Música	7,17	7,056		
	Artesanías	1,19	1,974		
	Teatro	5,33	9,836		
CBI Ciencia	ONG	2,63	2,661		
	Comunidad religiosa	3,00	3,140	1,559	,137
	Danzas	2,53	2,342		
	Plástica	3,94	3,021		
	Música	4,17	4,731		
	Artesanías	2,44	1,459		

	Teatro	2,78	1,563		
	ONG	7,00	5,668		
CBI Desempeños	Comunidad religiosa	7,20	5,943		
	Danzas	3,95	3,391		
No categorizables	Plástica	9,13	6,365	12,777	,000
	Música	3,83	3,519		
	Artesanías	4,69	2,750		
	Teatro	5,56	4,825		

Tabla 5: Medias, desviación estándar y diferencias de media en el CREA, el CBI y la tarea creatividad según autopercepción general sobre capacidades creativa

	Autopercepción	M	S	t	Sig.
CREA	Creativo	11,75	4,889	2,653	,008
	No creativo	9,86	4,722		
CBI Artesanías	Creativo	14,45	9,633	4,487	,000
	No creativo	8,52	5,963		
CBI Artes Plásticas	Creativo	4,07	4,502	4,285	,000
	No creativo	1,47	2,170		
CBI Actuación	Creativo	4,49	5,037	2,734	,007
	No creativo	2,59	3,434		
CBI Literatura	Creativo	4,59	4,965	2,801	,005
	No creativo	2,52	5,430		
CBI Música	Creativo	2,10	4,471	2,067	,040
	No creativo	,86	1,762		
CBI Ciencia	Creativo	3,02	2,944	2,652	,008
	No creativo	1,95	1,741		
CBI Desempeños	Creativo	5,74	5,062	3,827	,000
	No creativo	3,00	4,108		
Total CBI	Creativo	38,38	23,265	5,415	,000
	No creativo	20,95	15,638		
Sumatoria valoraciones	Creativo	30,76	8,32		
	No creativo	27,29	6,57	2,88	,004

CREA: Test de Inteligencia Creatividad. CBI: Cuestionario de Logros Creativos

Tabla 6: Medias, desviación estándar y diferencias de media en el CREA, el CBI y la tarea creativas según valoración personal de capacidades creativa

	Valoración personal	M	S	F	Sig.
CREA	0-3	9,44	4,993	5,450	,005
	4-7	10,82	4,659		
	8-10	12,49	5,045		
CBI Artesanías	0-3	6,50	4,412	13,483	,000
	4-7	11,83	7,961		
	8-10	16,33	10,538		
CBI Artes plásticas	0-3	1,13	2,363	15,173	,000
	4-7	2,69	3,568		
	8-10	5,14	4,877		
CBI Actuación	0-3	2,50	4,147	6,860	,001
	4-7	3,41	3,872		
	8-10	5,38	5,790		
CBI Literatura	0-3	2,75	7,434	6,299	,002
	4-7	3,36	4,273		
	8-10	5,35	5,224		
CBI Música	0-3	1,25	1,807	,341	,711
	4-7	1,81	4,389		
	8-10	2,08	4,051		
CBI Ciencia	0-3	2,00	1,966	4,049	,018
	4-7	2,48	2,619		
	8-10	3,35	3,008		
CBI Desempeños	0-3	2,31	4,207		
	4-7	4,50	4,408		
	8-10			9,128	,000
No categorizables	8-10	6,58	5,549		
Total CBI	0-3	18,44	16,809	19,632	,000
	4-7	29,99	19,752		
	8-10	44,19	24,373		
Sumatoria valoraciones tarea creativa	0-3	5,58314	4,343		
	4-7	7,96612	7,352		
	8-10	8,56079	9,472	3,035	,050

CREA: Test de Inteligencia Creatividad .CBI: Cuestionario de Logros Creativos

Tabla 7: Medias, desviación estándar y diferencias de media en el CREA, el CBI y la tarea creativas según género

	Género	M	S	t	Sig.
CREA	Femenino	11,58	4,666	1,165	,245
	Masculino	10,84	5,483		
CBI Artesanías	Femenino	15,00	9,082	5,526	,000
	Masculino	8,59	8,328		
CBI Artes Plásticas	Femenino	3,66	4,209	,688	,492
	Masculino	3,28	4,455		
CBI Actuación	Femenino	4,53	5,149	2,517	,012
	Masculino	2,96	3,538		
CBI Literatura	Femenino	3,93	4,762	-1,473	,142
	Masculino	4,91	5,930		
CBI Música	Femenino	1,57	3,523	-2,065	,040
	Masculino	2,68	5,350		
CBI Ciencia	Femenino	2,42	2,398	-4,072	,000
	Masculino	3,86	3,423		
CBI Desempeños	Femenino	4,62	4,462	-3,424	,001
	Masculino	6,81	5,975		
Total CBI	Femenino	35,67	22,485	,873	,383
	Masculino	33,05	24,383		
Sumatoria valoraciones	Femenino	29,68	8,066	-1,617	,107
	Masculino	31,45	8,312		

CREA: Test de Inteligencia Creatividad.CBI: Cuestionario de Logros Creativos

Tabla 8: Medias, desviación estándar y diferencias de media en el CREA, el CBI y la tarea creativas según edad

	Edad	M	S	F	Sig.
CREA	18-25 años	11,33	4,504	,798	,496
	26-40 años	11,30	4,675		
	41-60 años	12,22	6,442		
	Más de 60 años	10,32	4,970		
Sumatoria valoraciones Tarea creativa	18-25 años	31,3563	8,659	3,699	,012
	26-40 años	29,0577	7,817		
	41-60 años	27,4500	5,472		
	Más de 60 años	27,8000	7,149		
Total CBI	18-25 años	35,03	20,423	1,674	,173
	26-40 años	29,86	19,924		
	41-60 años	39,56	30,828		
	Más de 60 años	38,18	29,597		
CBI Artesanías	18-25 años	12,13	7,810	4,322	,005
	26-40 años	12,75	8,816		
	41-60 años	17,02	12,333		
	Más de 60 años	16,36	12,269		
CBI Artes plásticas	18-25 años	3,80	4,228	1,553	,201
	26-40 años	2,46	2,710		
	41-60 años	3,69	4,833		
	Más de 60 años	4,09	6,148		
CBI Actuación	18-25 años	4,44	4,007	,699	,553
	26-40 años	3,50	4,748		
	41-60 años	3,82	6,114		
	Más de 60 años	3,64	7,499		
CBI Literatura	18-25 años	4,49	4,786	1,877	,134
	26-40 años	2,77	3,977		
	41-60 años	4,42	6,062		
	Más de 60 años	5,00	7,355		
CBI Música	18-25 años	2,16	4,499	1,666	,174
	26-40 años	1,77	4,081		
	41-60 años	1,67	3,303		
	Más de 60 años	,14	,640		
CBI Ciencia	18-25 años	2,75	2,420	,337	,799
	26-40 años	2,77	3,567		
	41-60 años	3,18	3,157		
	Más de 60 años	2,59	2,482		
CBI Desempeños No categorizables	18-25 años	5,34	4,835	1,620	,185
	26-40 años	3,96	3,319		
	41-60 años	5,76	6,534		
	Más de 60 años	6,09	5,951		

Tabla 9: Medias, desviación estándar y diferencias de media en el CREA, el CBI y la tarea creativas según escolaridad

	Escolaridad	M	S	F	Sig.
CREA	Primario incompleto	6,00	,000	4,805	,000
	Primario completo	7,25	2,500		
	Secundario incompleto	9,05	4,053		
	Secundario completo	9,89	4,693		
	Superior incompleto	11,98	4,697		
	Superior completo	12,74	5,479		
TOTAL CBI	Primario incompleto	9,00	7,000	4,601	,000
	Primario completo	12,00	6,055		
	Secundario incompleto	23,95	15,289		
	Secundario completo	30,87	20,124		
	Superior incompleto	36,36	20,236		
	Superior completo	43,61	33,473		
Sumatoria valoraciones Tarea creativa	Primario incompleto	23,50	4,949	1,922	,091
	Primario completo	27,75	6,396		
	Secundario incompleto	28,13	8,195		
	Secundario completo	28,41	7,061		
	Superior incompleto	31,34	8,497		
	Superior completo	29,21	7,737		

CREA: Test de Inteligencia Creatividad

CBI: Cuestionario de Logros Creativos

Tabla 10: Medias, desviación estándar y diferencias de media en subescalas del CBI según escolaridad

	Escolaridad	M	S	F	Sig.
CBI Artesanías	Primario incompleto	7,00	6,083	1,031	,399
	Primario completo	7,75	7,500		
	Secundario incompleto	11,86	9,326		
	Secundario completo	14,24	10,963		
	Superior incompleto	13,02	7,655		
	Superior completo	14,76	12,565		
CBI Artes plásticas	Primario incompleto	,33	,577	3,216	,008
	Primario completo	,00	,000		
	Secundario incompleto	2,09	2,759		
	Secundario completo	2,50	3,528		
	Superior incompleto	3,87	4,043		
	Superior completo	4,85	5,914		
CBI Actuación	Primario incompleto	,67	1,155	3,373	,006
	Primario completo	1,25	1,500		
	Secundario incompleto	2,14	3,681		
	Secundario completo	2,81	4,130		
	Superior incompleto	4,50	4,114		
	Superior completo	5,63	7,437		
CBI Literatura	Primario incompleto	,67	,577	1,823	,108
	Primario completo	1,75	2,062		
	Secundario incompleto	2,00	3,086		
	Secundario completo	3,80	4,943		
	Superior incompleto	4,44	4,774		
	Superior completo	5,22	6,966		
CBI Música	Primario incompleto	,00	,000	2,219	,052
	Primario completo	,00	,000		
	Secundario incompleto	,14	,351		
	Secundario completo	1,39	2,897		
	Superior incompleto	2,48	4,895		
	Superior completo	1,26	2,776		
CBI Ciencia	Primario incompleto	,00	,000	3,463	,005
	Primario completo	,75	1,500		
	Secundario incompleto	1,91	1,900		
	Secundario completo	2,19	1,904		
	Superior incompleto	2,95	2,753		
	Superior completo	3,80	3,698		
CBI Desempeños No categorizables	Primario incompleto	,33	,577	5,943	,000
	Primario completo	,50	1,000		
	Secundario incompleto	3,59	3,305		
	Secundario completo	3,94	4,328		
	Superior incompleto	5,23	4,262		
	Superior completo	8,09	7,399		

Tabla 11: Medias, desviación estándar y diferencias de media en el CREA, CBI y tarea creativa según ocupación

	Ocupación	M	S	F	Sig.
CREA	Estudiante	11,81	4,703	2,758	,019
	Autónomo-oficio	9,10	3,177		
	Empleado	10,65	5,198		
	Ama de casa	10,09	3,048		
	Docente	13,52	6,352		
	Jubilado	10,16	5,091		
	Teatro	12,56	6,126		
TOTAL CBI	Estudiante	36,72	20,231	5,970	,000
	Autónomo-oficio	30,90	21,255		
	Empleado	22,50	17,099		
	Ama de casa	31,18	18,755		
	Docente	44,43	32,909		
	Jubilado	48,32	34,498		
	Teatro	46,89	26,021		
Sumatoria valoraciones Tarea creativa	Estudiante	31,48	8,587	3,362	,006
	Autónomo-oficio	26,95	6,159		
	Empleado	27,18	6,669		
	Ama de casa	28,63	7,046		
	Docente	31,78	8,586		
	Jubilado	28,33	6,877		
	Teatro	33,00	8,683		

CREA: Test de Inteligencia Creatividad

CBI: Cuestionario de Logros Creativos

Tabla 12: Medias, desviación estándar y diferencias de media en las subescalas del CBI según ocupación

	Ocupación	M	S	F	Sig.
CBI Artesanías	Estudiante	12,90	7,852	4,846	,000
	Autónomo-oficio	14,33	10,608		
	Empleado	10,15	7,828		
	Ama de casa	18,64	10,754		
	Docente	13,57	11,708		
	Jubilado	20,89	14,460		
CBI Artes plásticas	Estudiante	4,09	4,258	7,301	,000
	Autónomo-oficio	2,48	3,092		
	Empleado	1,10	1,729		
	Ama de casa	2,73	2,796		
	Docente	3,74	3,708		
	Jubilado	6,84	7,426		
CBI Actuación	Estudiante	4,51	4,041	2,280	,047
	Autónomo-oficio	3,90	5,403		
	Empleado	2,44	4,036		
	Ama de casa	2,27	4,338		
	Docente	5,43	7,273		
	Jubilado	4,79	7,779		
CBI Literatura	Estudiante	4,60	4,710	2,619	,025
	Autónomo-oficio	2,76	3,360		
	Empleado	2,58	4,836		
	Ama de casa	2,45	2,876		
	Docente	5,70	6,964		
	Jubilado	5,63	7,683		
CBI Música	Estudiante	2,40	4,866	2,177	,057
	Autónomo-oficio	1,95	3,528		
	Empleado	1,12	2,431		
	Ama de casa	,09	,302		
	Docente	1,83	3,186		
	Jubilado	,00	,000		
CBI Ciencia	Estudiante	2,98	2,805	4,049	,001
	Autónomo-oficio	2,48	1,990		
	Empleado	1,90	2,370		
	Ama de casa	1,73	1,794		
	Docente	4,70	3,771		
	Jubilado	2,37	2,191		
CBI Desempeños No categorizables	Estudiante	5,37	4,293	8,006	,000
	Autónomo-oficio	3,00	3,479		
	Empleado	3,17	3,568		
	Ama de casa	3,27	3,003		
	Docente	9,48	8,107		
	Jubilado	7,63	7,274		

Tabla 13: Coeficientes de correlación entre CREA, CBI (Total y subescalas) y Tarea creativa

	CBI Artesanías	CBI Artes plásticas	CBI Actuación	CBI Literatura	CBI Música	CBI Ciencia	CBI Desempeños No categorizables	Total CBI	Sumatoria Tarea creativa
CREA	,212**	,194**	,310**	,306**	,156**	,180**	,256**	,362**	,120*
CBI Artesanías		,557**	,252**	,228**	-,006	,195**	,373**	,715**	,135*
CBI Artes plásticas			,380**	,557**	,127*	,288**	,599**	,798**	,233**
CBI Actuación				,266**	,180**	,133*	,388**	,572**	,092
CBI Literatura					,232**	,398**	,582**	,687**	,286**
CBI Música						,232**	,174**	,355**	,064
CBI Ciencia							,421**	,498**	,123*
CBI Desempeños No categorizables								,771**	,334**
TOTAL CBI									,281**

**Correlación significativa a nivel de .01

*Correlación significativa a nivel de .05



Intentos de creatividad en la educación superior

Analía Chiecher

1. Introducción

Implica un considerable desafío personal el haber sido convocada e invitada a escribir unas páginas para este libro, donde la contribución principal -de la Dra. Romina Elisondover- nada más y nada menos que sobre la *creatividad*.

¿La creatividad o las creatividades? ¿Cosa de genios o cosa de todos? ¿Grandes inventos o logros cotidianos? ¿Personas superdotadas o personas comunes? ¿Dones innatos o aprendizajes adquiridos? ¿Muchas personas o solamente unas pocas elegidas? ¿Suerte e *insight* o años de trabajo y dedicación? ¿Inventos creativos para el bien o para el mal? ¿Creatividad en el arte, en el trabajo, la familia, la educación, la política, la economía...?

Como vemos, son muchos los interrogantes que se plantean alrededor de este tema de la creatividad; éstos y muchos más han sido planteados en el escrito de Elisondo. Sin embargo, el último especialmente convoca mi atención. De hecho, mucho suele asociarse la creatividad con obras de arte, como esculturas o pinturas, no obstante los productos creativos pueden encontrarse - y deberían estar presentes- en cada ámbito que transitamos; gobernantes creativos, economistas creativos, médicos creativos, niños creativos... y docentes creativos!!! Y a propósito de docentes creativos parece pertinente traer a colación la siguiente escena:

“Hace años, un inspector visitó una escuela primaria. En su recorrida observó algo que le llamó poderosamente la atención: una maestra estaba atrincherada atrás de su escritorio, los alumnos hacían gran desorden, el cuadro era caótico. Decidió presentarse:

- Permiso, soy el inspector de turno... ¿algún problema?

- Estoy abrumada señor, no sé qué hacer con estos chicos... No tengo láminas, el Ministerio no me manda material didáctico, no tengo nada nuevo que mostrarles ni qué decirles...

El inspector, que era un docente de alma, vio un corcho en el desordenado escritorio. Lo tomó y con aplomo se dirigió a los chicos:

- ¿Qué es esto?

- Un corcho señor... -gritaron los alumnos sorprendidos-

- Bien, ¿De dónde sale el corcho?
- De la botella señor, lo coloca una máquina, del alcornoque, de un árbol... de la madera... respondían animosos los niños.
- ¿Y qué se puede hacer con madera?, -continuaba entusiasta el docente-
- Sillas... una mesa... un barco...
- Bien, tenemos un barco ¿Quién lo dibuja? ¿Quién hace un mapa en el pizarrón y coloca el puerto más cercano para nuestro barquito? Escriban a qué provincia argentina pertenece. ¿Y cuál es el otro puerto más cercano? ¿A qué país corresponde? ¿Qué poeta conocen que allí nació? ¿Qué produce esta región? ¿Alguien recuerda una canción de este lugar? -Y comenzó una tarea de geografía, de historia, de música, economía, literatura, religión, etc.

La maestra quedó impresionada. Al terminar la clase le dijo conmovida:

- Señor, nunca olvidaré lo que me enseñó hoy. Muchas Gracias.

Pasó el tiempo. El inspector volvió a la escuela y buscó a la maestra. Estaba acurrucada atrás de su escritorio, los alumnos otra vez en total desorden...

- Señorita...¿Qué pasó? ¿No se acuerda de mí?

- Sí señor, ¡cómo olvidarme! Qué suerte que regresó. No encuentro el corcho ¿Dónde lo dejó?”¹⁵

¹⁵ Fragmento extraído de <http://enriquemariscal.com.ar/inteligentes.htm> (consultado el 28/8/2003). El relato corresponde a un libro de Enrique Mariscal titulado “*Cuentos para regalar a personas inteligentes*”.

Más allá de lo anecdótico y caricaturesco que pueda parecer, el relato pone en evidencia algunas cuestiones para pensar, reflexionar e intentar nuevas acciones dentro de las aulas.

Por un lado, se aprecia cómo dos docentes con actitudes bien diferentes -la maestra, más bien tradicional, estructurada y poco imaginativa, y el inspector, poco convencional y marcadamente creativo- provocan respuestas muy distintas por parte de los alumnos. Por otra parte, se observa claramente que muchas veces no son necesarias grandes transformaciones o abundantes recursos para producirlas, sino que respuestas creativas, simples e imaginativas como la del inspector pueden ofrecer soluciones más que satisfactorias. En tal sentido, podemos pensar que tal vez usando la imaginación, apelando a la creatividad y considerando las perspectivas de los estudiantes, los docentes podrían intentar pequeños cambios dentro de la clase; cambios que apunten a la creación y preparación de entornos de aprendizaje potencialmente favorecedores de la creatividad..

Y sobre eso procuraré escribir unas líneas en este artículo... sobre creatividad en educación.

2. Abordando la creatividad...

Aproximaciones y definiciones de un fenómeno complejo

Si bien pueden encontrarse múltiples definiciones de la creatividad, parece haber consenso en vincularla con el ingenio, la inventiva, el pensamiento original, la imaginación constructiva, el pensamiento divergente o pensamiento creativo, con la generación de nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales¹⁶.

¹⁶ Definición tomada de Wikipedia
<http://es.wikipedia.org/wiki/Creatividad> (consultado el 11 de mayo de 2011)

La idea clave en la concepción psicológica de la creatividad ha sido la de pensamiento divergente; esto es, cuando se presenta un estímulo o problema, las personas creativas tienden a hacer asociaciones diferentes, algunas de las cuales suelen ser peculiares y -posiblemente- únicas (Gardner, 1995).

Se trata, sin dudas, de un fenómeno complejo en el que interactúan condicionantes tanto subjetivos como contextuales y en el que se pone en juego la capacidad de utilizar la información y los conocimientos en forma nueva y de encontrar soluciones divergentes para los problemas, inventar novedades, generar ideas nuevas, apropiadas y de calidad (Donolo y Elisondo, 2007).

En relación con la cuestión de definir *qué es la creatividad*, hace ya más de una década Csikszentmihalyi (citado en Gardner, 1995) - un reconocido teórico en el estudio del tema que nos convoca- sugirió que semejante pregunta debería ser reemplazada por el interrogante acerca de *dónde está la creatividad*. Y respecto de esta segunda pregunta, identificó tres nodos centrales, en cuya interacción se encontrarían -o podrían explicarse- los procesos creativos: 1) la *persona* o talento individual; 2) el *campo* o disciplina en el que el individuo trabaja y 3) el *ámbito* circundante que emite juicios acerca de la calidad de los individuos y productos creativos.

“La creatividad no reside en la cabeza (o mano) del artista, ni en el campo de prácticas, ni en el grupo de jueces; más bien ese fenómeno de la creatividad puede ser entendido sólo -o en cualquier caso, más plenamente- como una variable de las interacciones entre estos tres nodos” (Gardner, 1995; p 57)

Como vemos, al hablar de creatividad hacemos referencia a personas talentosas, con rasgos peculiares, pero también a entornos y contextos que favorecen o no la creatividad, que la reconocen o no, que la premian o no...

Personas creativas... ¿quiénes?

La idea más común es aceptar que la creatividad es patrimonio exclusivo de algunas personas tocadas por la varita mágica -o por

un duende o hada- que las dota de una forma particular de percibir la realidad para proponer novedosas formas de interpretarla y modificarla; más aún, generalmente se la asocia con descubrimientos impresionantes (Donolo, 2003).

En contraposición con esta idea arraigada de la creatividad, las posiciones más actuales señalan que todas las personas tendrían potencialidad de ser creativas y que, dadas ciertas condiciones contextuales, todos podríamos desplegarlas en algún momento. Esto es, estaríamos frente a lo que se ha dado en llamar *creatividad con minúscula* -aquella que potencialmente puede desplegar cualquier persona en determinadas circunstancias- y *creatividad con mayúscula* -la de los grandes y reconocidos creadores- (Gardner, 1995). Así, podemos afirmar que Einstein, Picasso, Freud y Favaloro son grandes, talentosos y reconocidos creativos, pero también nuestra madre, nuestro amigo, un profesor o el vecino, aunque en otra dimensión, pueden también desplegar sus potencialidades de creatividad.

Si quisiéramos describir a la persona creativa, podríamos decir que entre sus características más destacadas se encontrarían las siguientes: ven más allá de lo obvio, diferente e inusual; generan muchas ideas en torno de un problema; toleran conflictos; van más allá de las ideas comunes; tienen una amplia gama de intereses; están concientes de sus intereses y de los de otros; tienen la capacidad de jugar, el deseo de conocer más y están abiertos a nuevas experiencias; piensan por sí mismos y toman decisiones; traducen sus ideas en acciones; trabajan consistentemente y con profunda concentración; no se dan por vencidos fácilmente; usan el humor para mantener el equilibrio en la vida (Waisburd, 1996).

Ahora bien, más allá de las personas creativas, ya dijimos que las perspectivas más actuales reconocen la importancia de las características de los contextos o entornos como favorecedoras –o no- del despliegue de la creatividad. Veamos entonces algo sobre los contextos.

Contextos creativos en educación... cuáles?

Actualmente parece no haber dudas acerca de la importancia de las variables contextuales en el desarrollo y despliegue de la creatividad, tanto de la gente común como de los grandes creadores. Y cuando hablamos de variables del contexto, referimos a diversos niveles contextuales, desde el ambiente familiar hasta el contexto socio-histórico-cultural en el que vive una persona.

En este escrito interesa particularmente focalizar la atención en los contextos educativos y en sus potencialidades para favorecer la creatividad de los sujetos que en ellos están insertos.

Si se atiende al modo en que la creatividad fue históricamente considerada en los ambientes educativos, muchos investigadores han señalado que se ha sobreestimado el papel de las contribuciones del individuo en desmedro, quizás, del importante papel que juegan en el fenómeno creativo los contextos o ambientes de aprendizaje (Rinaudo y Donolo, 2000).

Este reconocimiento de la importancia del ambiente y de sus características lleva consigo implicancias importantes, sobre todo, para la tarea de las universidades. En efecto, tal como plantean Rinaudo y Donolo (2000), los docentes universitarios no podemos permitirnos desconocer la importancia del entorno en la producción creativa de las nuevas generaciones.

Sin dudas, la universidad como contexto, puede hallar caminos para favorecer la creatividad, tanto a través del currículum como de los ambientes que proporciona para su desarrollo.

En un interesante artículo -en el que se alude a las percepciones de estudiantes de grado acerca de las condiciones que favorecen la creatividad en la universidad- Elisondo *et al.* (2009) señalan que las clases centradas en la repetición de contenidos, en una única fuente de información y en la exposición del docente no parecen favorecer el despliegue de la creatividad. En cambio, las interacciones entre compañeros, el trabajo con situaciones problemáticas vinculadas al mundo real y al futuro

desempeño y la discusión sobre distintos puntos de vista, serían factores que promueven la creatividad en el contexto áulico.

En una línea semejante, las investigaciones indican que son más apropiadas para desplegar la creatividad aquellas tareas que promueven la autonomía de los alumnos y reconocen sus capacidades para dirigir sus procesos de construcción de conocimientos.

Como bien plantean Elisondo *et al.* (2009), pasión, placer, motivación, interés y gozo no parecen ser palabras definitorias de los contextos educativos universitarios. Sin embargo, son términos que estrechamente se relacionan con la construcción de conocimientos en general y con la creatividad en particular.

“... mientras que a los expertos de una disciplina habitualmente les encanta lo que hacen, esta emoción por lo general no está al alcance de los estudiantes ni de los jóvenes que se ejercitan en ella. (...) Los profesores rara vez dedican tiempo a intentar poner de manifiesto la belleza y la diversión que supone hacer matemáticas o ciencias; los estudiantes aprenden que estas materias están regidas por un rígido determinismo, y no sienten la libertad y aventura que experimentan los expertos. (...) el conocimiento en estas materias podría verse perjudicado, y la creatividad hacerse cada vez más rara” (Csikszentmihalyi, 1998, citado en Elisondo *et al.* 2009, p 3).

¿Cómo crear entonces en la universidad contextos que potencien la creatividad? ¿Cómo desempeñar el rol de docentes sin quedar atrapados en la clase magistral? ¿Qué tareas proponer a nuestro alumnos para que puedan apropiarse de los contenidos que queremos enseñar? ¿Cómo fomentar su autonomía? ¿Cómo crear condiciones que favorezcan el despliegue de cierto margen de libertad y de creatividad? ¿Cómo romper con los formatos más tradicionales de dar clases? ¿Qué proponer para innovar en la enseñanza de grado?

Estas y tantas otras preguntas orientaron nuestro accionar cuando, desde nuestro rol docente, imaginamos y diseñamos una propuesta de innovación para el mejoramiento de la enseñanza de grado¹⁷; propuesta que describiremos en el siguiente apartado.

3. Una experiencia innovadora... y creativa en educación superior.

Coincidimos con *Elisondo et al.* (2009) cuando plantean que no solo para promover la creatividad, sino fundamentalmente para propiciar procesos comprensivos y aprendizajes significativos, parece indispensable repensar las clases universitarias, los procesos que en ellas se desarrollan y las maneras de buscar alternativas y propuestas innovadoras.

En la promoción de la creatividad, el rol de los docentes universitarios es muy importante, ya que son ellos quienes introducen a los jóvenes estudiantes en ámbitos especializados y los estimulan a investigar en determinados campos de conocimientos. Son los docentes también quienes tienen oportunidad de diseñar una propuesta de enseñanza a la medida de la creatividad, autonomía y libertad.

Procurando innovar en la enseñanza de grado, nuestra propuesta como docentes interesados en promover la creatividad y en romper con los formatos tradicionales, fue la que a continuación describimos.

Descripción de la innovación

Atendiendo al lineamiento de diseñar una propuesta de enseñanza innovadora, se propuso trabajar con idéntica modalidad en tres asignaturas de régimen cuatrimestral que fueron dictadas

¹⁷ La experiencia que se describe fue aprobada y subsidiada como *Proyecto de Innovación e Investigación para el Mejoramiento de la Enseñanza de Grado (PIIMEG)*, por la Secretaría Académica de la Universidad Nacional de Río Cuarto.

contemplando *instancias presenciales* e *instancias no presenciales o mediadas por tecnologías*.

La *instancia presencial* comprendió clases tradicionales, de frecuencia semanal, en las que se trataron distintos temas del programa de estudio.

La *instancia no presencial o mediada por tecnologías* se implementó mediante el uso de la plataforma SIAT. El *campus* es un espacio de aprendizaje en línea que se caracteriza por la utilización de variadas tecnologías de la comunicación. Dispone, entre otras, de las siguientes herramientas:

- *Pizarrón del curso*. Funciona como página de inicio y permite a los docentes poner mensajes acerca del desarrollo de la asignatura, como por ejemplo, adelantar el tema a tratar en la próxima clase, comunicar la devolución de resultados de una actividad, etc.
- *Sistema de alertas*. Se activa al entrar al aula virtual y comunica al usuario las novedades desde el último acceso. Por ejemplo, si hay mensajes nuevos en el pizarrón, si hay mensajes en el foro, si está próximo el vencimiento de una actividad, entre otros.
- *Foro*. Espacio donde es posible para los docentes habilitar diferentes líneas o ejes de discusión, o bien, proponer su uso para canalizar dudas y consultas.
- *Calendario*. Los docentes pueden señalar fechas de entrega de trabajos o de algún evento importante para que los alumnos lo tengan presente.
- *Estadística*. Permite acceder a información relacionada con la cantidad de accesos de cada usuario, las fechas y horas de acceso, las secciones visitadas, etc.
- *Materiales*. Permite al docente colgar todo tipo de materiales a ser usados durante el curso.

- *Actividades.* En esta sección el docente puede cargar las tareas a resolver durante el curso. Los alumnos pueden subir archivos en respuesta a las tareas propuestas y recibir una calificación.
- *Preguntas frecuentes.* Es la sección habitual en los campus virtuales donde se publican las preguntas más comunes de los alumnos junto con sus respectivas respuestas.

En el ambiente virtual descrito, se propuso la resolución de una tarea para que los alumnos resuelvan de manera virtual, en grupo y asentando sus comunicaciones e interacciones en el aula virtual. Concretamente, la tarea que se propuso para realizar a lo largo de cuatro semanas, en el ámbito del aula virtual, incluyó la siguiente secuencia de subtareas:

1) *Conformación de los grupos y pruebas iniciales en el manejo del entorno tecnológico.* Una vez que los docentes conformaban los grupos al azar, las indicaciones apuntaban a permitir que el alumno se familiarizara con el entorno donde debía trabajar: el aula virtual y más precisamente el foro de su grupo. Para ello, la meta a cumplir por el alumno durante la semana inicial de trabajo era informarse de quiénes eran sus compañeros de grupo, entrar al grupo, crear un foro y presentarse allí.

2) *Elección de un test.* Como la asignatura donde se implementó la propuesta corresponde a una carrera de Licenciatura en Psicopedagogía, se trata de alumnos que en sus futuros desempeños profesionales usarán test, probablemente para realizar diagnósticos clínicos. En ese marco, durante la segunda semana de trabajo, se solicitó a los alumnos que eligieran un test, el que fuera de su agrado, para trabajar sobre él.

Cabe mencionar aquí que las posibilidades de elección eran prácticamente ilimitadas. Cada grupo podía elegir un test que estuviera mencionado en el programa de la asignatura como así también cualquier otro que le interesara conocer.

3) *Búsqueda de información sobre el test elegido y preparación de un informe escrito reportando sus características.* Durante la tercera semana de

duración de la tarea, los estudiantes debían buscar e intercambiar - siempre a través del foro- información sobre el instrumento de medición elegido, contemplando, entre otros aspectos sus objetivos, los sujetos a quienes se administra, la forma de administración, los materiales necesarios, la manera de puntuar las respuestas, las propiedades psicométricas o técnicas, etc. Posterior a la búsqueda debían elaborar colaborativamente, a través del foro, un informe en el que reportaran las principales características del instrumento elegido.

4) *Administración del test.* Durante la cuarta semana de ejecución de la tarea, cada estudiante debía administrar el test elegido a un sujeto cualquiera.

5) *Interpretación de los resultados y elaboración de un informe final.* Durante la última semana, los grupos debían escribir colaborativamente un documento que entregarían como respuesta final a la tarea y que debía incluir tres secciones o apartados: a) la descripción general del instrumento; b) la descripción de los sujetos a los que se administró el test (cantidad, sexo, edad, etc.); c) los resultados y análisis realizados por cada miembro del grupo como consecuencia de la administración del instrumento.

Sobre cómo el entorno y la tarea pueden potenciar la creatividad

Procuramos crear un entorno de características particulares proponiendo una actividad que respondiera a lo que se ha dado en llamar *tareas de alcances amplios*, donde los estudiantes deben identificar cuáles son los requerimientos, generar las metas y acciones apropiadas para atender a ellos, dedicar el tiempo y esfuerzo que sea necesarios, sostener la motivación y controlar los resultados (Paoloni, 2006 y 2010). En otros términos, se procuró que la tarea tuviera la potencialidad de promover la autonomía de los alumnos y el reconocimiento de sus capacidades para dirigir sus propios procesos de construcción de conocimientos.

Se atendió especialmente a que la tarea reuniera rasgos que pudieran operar como potenciadores de la libertad y creatividad de los alumnos, por ejemplo: admitiendo variedad y diversidad en las respuestas; proponiendo una actividad funcional y significativa para los alumnos; atendiendo a que el nivel de dificultad sea óptimo; generando curiosidad y fantasía; proponiendo una resolución en colaboración con los pares y ofreciendo márgenes de elección y control.

En esta línea, Elisondo *et al* (2009) y Elisondo (2010) plantearon que el trabajo con situaciones problemáticas vinculadas al mundo real y al futuro desempeño profesional, la posibilidad de poner en discusión distintos puntos de vista, las interacciones entre compañeros, entre otros, serían factores que promueven la creatividad en el contexto educacional. Todas estas condiciones estaban dadas en la tarea que se implementó.

Al proponer como entorno del trabajo un aula virtual, se rompió con los esquemas habituales, o más tradicionales, según los cuales el aprendizaje y la enseñanza tienen lugar en un espacio físico -el aula- donde profesores y alumnos se reúnen a una misma hora y en un mismo lugar; unos para exponer y enseñar y los otros para escuchar, tomar notas y eventualmente preguntar algo. Esto es, se intentó romper con el formato más típico en la enseñanza universitaria, el de la clase magistral, donde el docente es la única fuente de saber y conocimiento. Como vimos, el estudio de Elisondo *et al* (2009) sugiere que los estudiantes perciben a este tipo de clases como muy poco promotoras de la creatividad.

La actividad admitía además un amplio margen de libertad, al menos en dos sentidos. Por un lado, estaba presente la posibilidad de elegir un test, el que fuera del agrado de cada grupo. Por otro lado, también estaba presente la posibilidad de manejar con total flexibilidad los tiempos dedicados a la tarea; pues al ser la modalidad virtual y tener un foro como medio de resolución, el estudiante podía entrar en el momento en que lo deseara o le fuera posible.

La modalidad de la actividad podríamos decir era original y así lo reconocieron los mismos estudiantes que participaron; pues se trataba de una tarea a resolver en grupos, pero en el ámbito virtual; es decir, sin encuentros personales entre los integrantes.

La creación de una situación posible de ocurrir en el futuro desempeño profesional fue también una peculiaridad de la tarea propuesta. De hecho, como futuros profesionales de la educación y de la psicopedagogía, estos alumnos usarán muy probablemente tests cuando sean profesionales. Se amalgamó en este sentido teoría y práctica, el *saber* sobre un test y el *hacer* con un test. Escisiones entre teoría y práctica, además de no favorecer una adecuada formación profesional, poco contribuyen al desarrollo de la creatividad. En cambio, propuestas que articulan diversos contenidos en actividades complejas y reales parecen orientarse más hacia la creatividad (Elisondo, 2010).

Cada uno de estos ingredientes estuvieron presentes en la actividad: libertad, flexibilidad, originalidad, instrumentalidad. En este sentido, el entorno configurado por esta tarea entendemos reunía las condiciones necesarias como para promover el despliegue de la creatividad de los alumnos. Un grupo importante de estudiantes así lo reconoció, al calificar a la tarea como *novedosa, desafiante, original, nueva* (Chiecher, 2010).

También parece importante destacar que la propuesta fue aprobada por la Secretaría Académica de la Universidad Nacional de Río Cuarto como Proyecto Innovador para el Mejoramiento de la Enseñanza de Grado. Esto es, hay un aval institucional que reconoce a la propuesta como innovadora y creativa.

4. Creatividad... también en educación!!!

Coincidimos con Elisondo (2010) cuando sostiene que tratar el tema de la creatividad en educación es *necesario, importante y urgente*. Esto es, al pensar en la creatividad, no deberíamos limitarnos al campo de lo artístico; los ámbitos académicos también deberían

convertirse en terrenos propicios para el desarrollo del pensamiento y la actividad creativa.

Parece imprescindible alejarse de aquellas concepciones que ven a la creatividad como don de unos pocos para aproximarse, en cambio, a aquella otra postura que considera que todos tenemos potencialidades para ser creativos.

Parece asimismo necesario reconocer la importancia del contexto y de sus características como promotoras de la creatividad.

Con todos estos reconocimientos nos encontramos, desde el rol de docentes de nivel universitario, frente al compromiso -y también la obligación- de innovar con nuestras prácticas, de pensar en contextos que potencien la autonomía, que enfatizen la libertad y promuevan la creatividad de los estudiantes. Claro está que eso solo no será suficiente para que todos nuestros alumnos desplieguen sus potencialidades creativas. Necesitamos como contraparte, estudiantes entusiastas, motivados, deseosos de nuevas experiencias en educación; estudiantes que entren en nuestras aulas no solamente dispuestos a oír la clase magistral sino a ir más allá de eso, a hacer algo más, algo distinto.

En esa línea se inscribió nuestra propuesta; en la línea de desarrollar una experiencia innovadora y diferente; en la línea de atender y de potenciar la *creatividad con minúsculas*. Algunos estudiantes así la percibieron, en términos de novedosa, desafiante y como una oportunidad para lograr nuevos aprendizajes y conseguir nuevas experiencias. Probablemente esos estudiantes hayan sido quienes se hayan beneficiado en mayor medida de la propuesta.

Para cerrar, quisiéramos retomar unos interrogantes que plantearan en un artículo Rinaudo y Donolo (1999): ¿es posible proponer, con visos de realidad, una enseñanza universitaria que favorezca la creatividad?, ¿es lícito considerar el desarrollo de la creatividad como una meta social de la universidad pública? Abogamos, sin dudas, por respuestas positivas a estas preguntas...

En síntesis ¿creatividad en educación?... sí!!! Si la creatividad es cosa de todos, también los docentes pueden ser creativos y, si los contextos lo permiten, los alumnos pueden desplegar también sus potencialidades de creatividad.

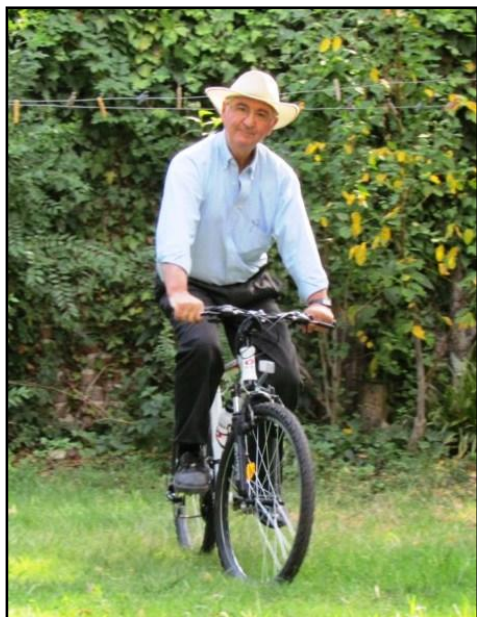
5. Referencias bibliográficas

- Chiecher, A. (2010) Percepciones y valoraciones de estudiantes universitarios acerca de una e-actividad. *Ponencia presentada en las II Jornadas del Noa de Educación a Distancia y Tecnologías Educativas*. Universidad, Nacional de Catamarca, 26 y 27 de agosto de 2010.
- Donolo, D. (2003). Esta es la cuestión! *Palabras de Humanas*. Universidad Nacional de Río Cuarto.
- Donolo, D. y R. Elisondo (2007) Creatividad para todos. Consideraciones sobre un grupo particular. *Anales de Psicología*, vol 23, n° 001, pp 147-151.
- Gardner, H. (1995) *Mentes Creativas*. Paidós: Barcelona.
- Elisondo, R. (2010) Creatividad y sus contextos. Estudios en la Universidad. En Vogliotti, A; N. Mainero y A. Medina. *Estudios en Educación Superior desde la cooperación entre las Universidades Nacionales de San Luis, Río Cuarto y San Juan*. Universitas: Córdoba.
- Elisondo, R.; D. Donolo y M. C. Rinaudo (2009) Contextos de educación en la universidad: perspectivas de los alumnos potencialmente más creativos. *Revista Iberoamericana de Educación*, n° 49. Disponible en <http://www.rieoei.org/deloslectores/2725Elisondo.pdf> (consultado el 11 de mayo de 2011).
- Paoloni, P. (2006) Estudio de la motivación en contexto. En Rinaudo M. C. y D. Donolo *Motivación. Aportes para su estudio en contextos académicos*. EFUNARC: Río Cuarto

- Paoloni, P. (2010) Motivación y tareas académicas. Interacciones complejas en contextos reales de aprendizaje. En Vogliotti, A; N. Mainero y A. Medina. *Estudios en Educación Superior desde la cooperación entre las Universidades Nacionales de San Luis, Río Curto y San Juan*. Universitas: Córdoba.
- Rinaudo M. C y D. Donolo (1999) ¿Creatividad en educación? Retos actuales de la enseñanza universitaria. *Contextos de Educación*, n° II. Disponible en <http://www.unrc.edu.ar/publicar/cde/2h13.html> (consultado el 16 de mayo de 2011).
- Rinaudo M. C y D. Donolo (2000) Casandra y la educación. En Guerci de Siufi, B. *Pensando la Universidad*. Universidad Nacional de Jujuy: San Salvador de Jujuy.
- Waisburd, G. *Creatividad y transformaciones*. Disponible en <http://redescolar.ilce.edu.mx/redescolar/biblioteca/articulos/pdf/1personalidadcreativa.pdf> (consultado el 16 de mayo de 2011).

diciembre de 2012

Los autores



Danilo Silvio Donolo

Doctor en Ciencias de la Educación. Investigador principal del CONICET. Profesor Titular en la Universidad Nacional de Río Cuarto. Profesor en cursos de doctorado y maestría. Director de proyectos de investigación. Autor de libros y artículos sobre creatividad, inteligencia e innovación y contextos de aprendizaje donolo@gmail.com

Romina Cecilia Elisondo



Doctora en Psicología. Magister en Educación y Universidad. Licenciada en Psicopedagogía. Becaria Postdoctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Profesora en la Universidad Nacional de Río Cuarto. Becaria de la AECI y la Fundación Carolina. Autora de artículos sobre creatividad, aprendizaje y educación. relisondo@hum.unrc.edu.ar

María Cristina Rinaudo



Doctora en Ciencias de la Educación por la Universidad Nacional de Río Cuarto. Profesora Titular UNRC. Directora de proyectos de investigación. Profesora en cursos de doctorado y maestría. Autora de libros y artículos sobre psicología educacional, aprendizaje, motivación, entornos educativos y metodología de la investigación en educación. mcrinaudo@hotmail.com



Analía Claudia Chiecher

Doctora en Psicología. Magister en Educación y Universidad. Licenciada en Psicopedagogía. Investigadora Adjunta del CONICET. Profesora de la Universidad Nacional de Río Cuarto. Autora de libros y artículos sobre entornos virtuales de enseñanza y aprendizaje. achiecher@hum.unrc.edu.ar

Otros títulos de la colección

Cuadernos de Bellas Artes

Libros

- *La zarzuela costumbrista. Un análisis durante la Regencia y el reinado de Alfonso XIII a través del maestro Peydró* – José Salvador Blasco Magraner,
http://issuu.com/revistalatinadecomunicacion/docs/09_cb_a1
- *La ópera en Valencia. El Palau de Les Arts y la crítica musical nacional e internacional* – José Antonio García Casasempere,
http://issuu.com/revistalatinadecomunicacion/docs/08_cas_asempere
- *Impresiones, grabados y mordeduras* – Autores varios,
http://issuu.com/revistalatinadecomunicacion/docs/07_cb_a
- *Revelos del paisaje.* – Atilio Doreste,
http://issuu.com/revistalatinadecomunicacion/docs/06_cb_a_atilio_issuu
- *Aproximación a la crítica de arte. Definiciones, metodologías, problemáticas, debates y sinergias de una disciplina contemporánea en la frontera* – Iván de la Torre Amerighi,
<http://issuu.com/revistalatinadecomunicacion/docs/120811202705-af0c439a34ea49e3bbf410e6763e0ee0>
- *Orígenes, desarrollos y difusión de un modelo iconográfico. Jesús recogiendo sus vestiduras después de la flagelación (siglos XV-XX)* - Antonio Rafael Fernández Paradas y Rubén Sánchez Guzmán,
<http://issuu.com/revistalatinadecomunicacion/docs/120725110421-f709e8df0fc74d12a4e23a71e0a7c8c7>