



VILLANUEVA
CENTRO UNIVERSITARIO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

JORNADA DE CREATIVIDAD: EL RETO DE SU MEDIDA Y DESARROLLO



Con la colaboración de: 

Adscrito a la Universidad
Complutense de Madrid





¿Por qué es importante la creatividad?

¿Cómo entender la creatividad?

¿Cómo surge: se nace o se hace uno creativo?

¿Cómo hay entonces tan pocas personas realmente creativas?

¿Cómo se relacionan la inteligencia y la creatividad?

¿Cuestión de aptitudes o de actitudes?

¿Cómo podemos detectar el potencial creativo?

¿De qué instrumentos disponemos para evaluar la creatividad?



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE LA CREATIVIDAD?



Las personas creativas
cada vez son más
demandadas
socialmente.

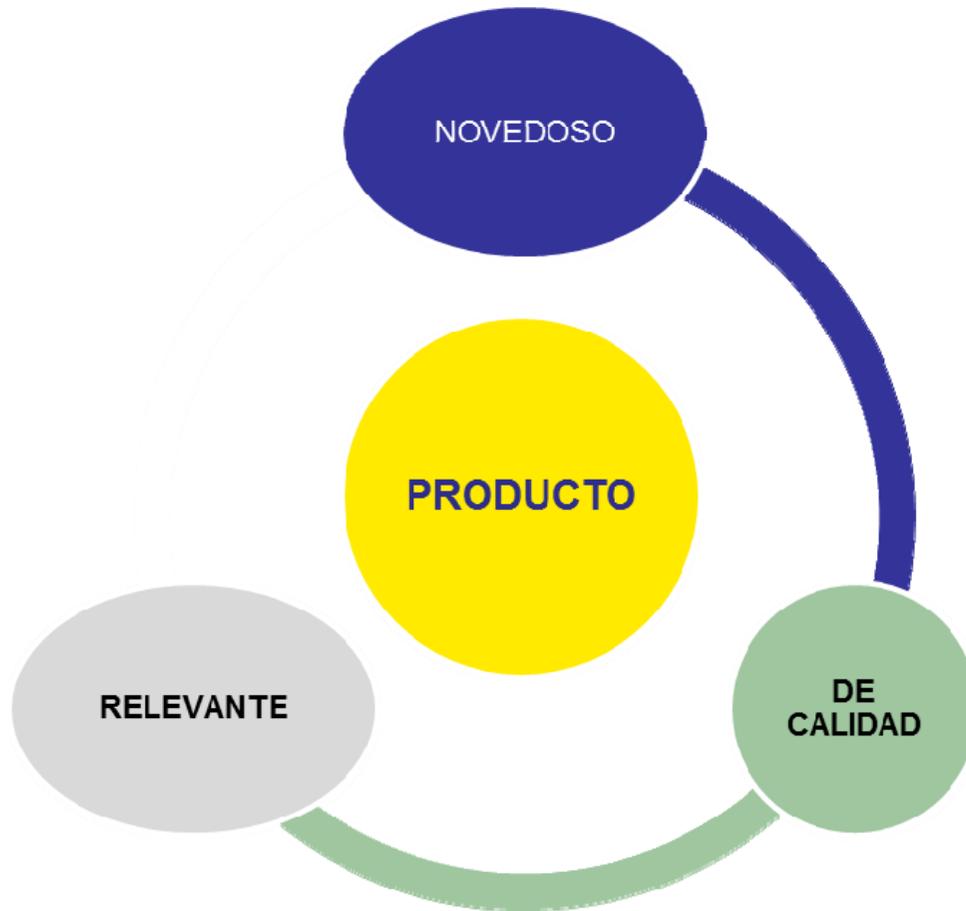
No es exclusiva de los
genios, artistas o
científicos.

Es una capacidad
universal que en mayor o
menor medida poseen
todos los niños.

Es una capacidad básica
que puede desarrollarse
en cualquier materia.

Aplicaciones a la
educación, la empresa,
las artes, las ciencias....





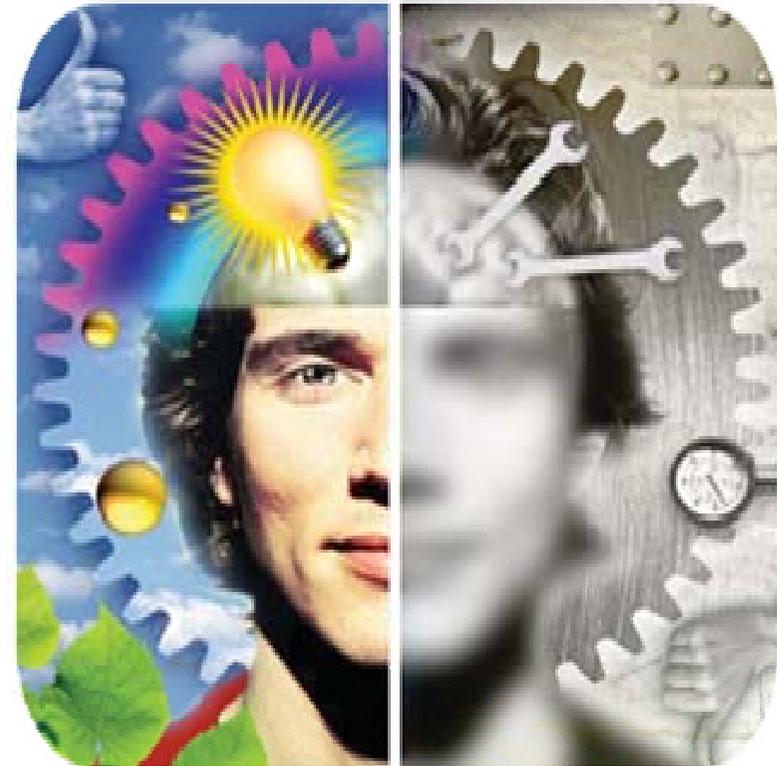
DOS FORMAS DE PENSAR

PENSAMIENTO
CONVERGENTE
O LINEAL

Lógico
Analítico
Secuencial
Matemático

PENSAMIENTO
DIVERGENTE
O LATERAL

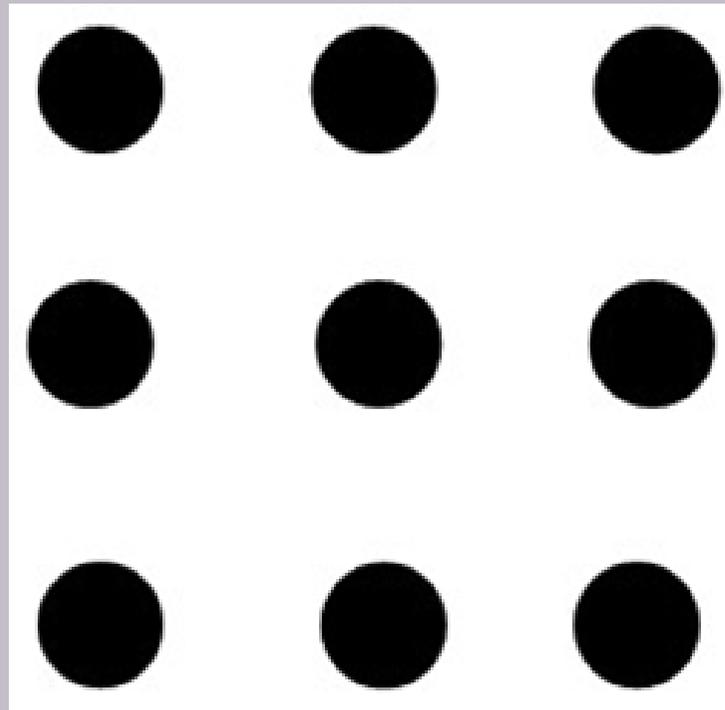
Creador
Provocativo
Paralelo
Insight





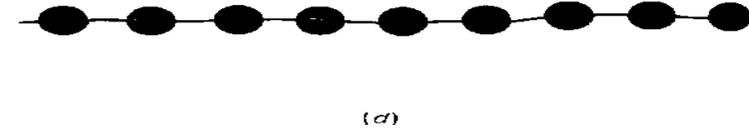
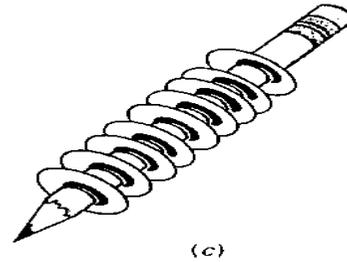
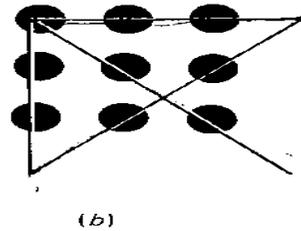
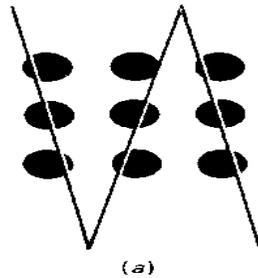
Tomado de Papalia y Olds. *Psicología de la Educación*.
Méjico: Mc Graw-Hill

- Unir estos nueve puntos con no más de cuatro líneas y sin levantar el lápiz del papel:



Este rompecabezas es difícil de resolver, si no se sobrepasa el límite imaginario que producen los nueve puntos. Una sorprendente cantidad de personas no sobrepasarán esta restricción imaginaria. A menudo, esta restricción está inconscientemente en la mente del que quiere resolver el problema, aunque no se encuentre de ninguna manera en el planteamiento del mismo. La restricción que producen los límites son un impedimento que sólo existe en la mente del sujeto. Este bloqueo, muy común entre los individuos, es el que produce el impedimento que hace clásico este rompecabezas.

Algunas soluciones posibles (De Adams, 1980, págs. 25-31.)

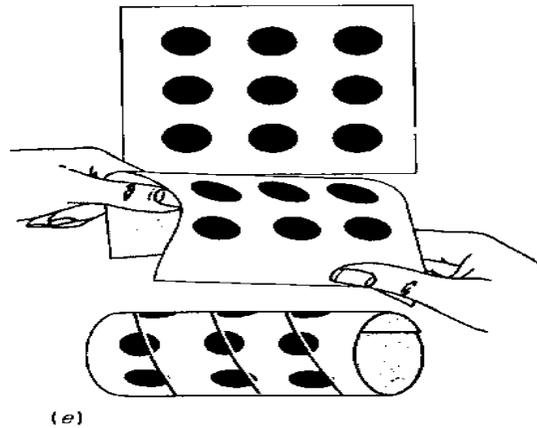


He recibido muchas respuestas como la de abajo, que requiere simplemente recortar el rompecabezas, reproducirlo con formato diferente y utilizar una sola línea.

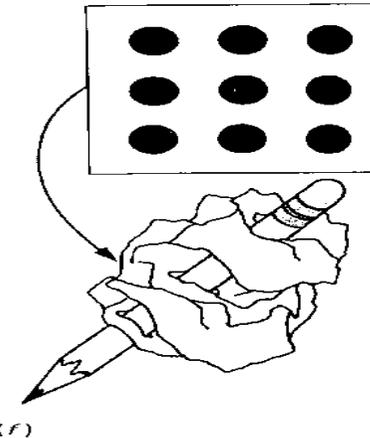
~ 2 líneas* O dobleces

*Estadísticamente

También es posible enrollar el rompecabezas y dibujar una espiral a través de los puntos (a la derecha) y de esta manera violar la disposición bidimensional.

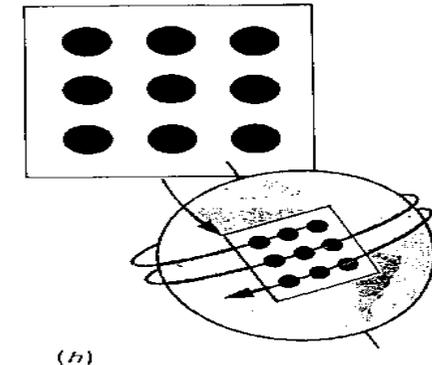


Dibuje puntos tan grandes como sea posible. Arrugue el papel y atraviéselo con un lápiz. Abralo, vea si lo ha conseguido, y si no, siga probando. «Nadie pierde: juegue hasta ganar.»



1 línea O dobleces

Deposite el papel en la superficie del globo terráqueo. Circunnavege el globo terráqueo un poco más de dos veces desplazándose algo cada vuelta hasta atravesar la fila siguiente a medida que «va hacia el oeste, jovencito».



30 de mayo de 1974
5 FDR, Roosevelt Rds. Navasa
Ceiba, P. R. 00635

Querido Prof. James L. Adams:
Mi padre y yo construimos "Rompecabezas conceptuales". Principalmente trabajamos en uno del tipo "Mi padre dice que un señor halló la forma de hacerlo con una sola línea. Yo lo hice, pero con una línea gruesa. Yo no he dicho que usted no pueda utilizar una línea gruesa, como ésta." Muy agradecido,

P. S.: Ahora usted necesita una máquina de escritura muy gruesa.

Becky Buechel
Edad: 10 años

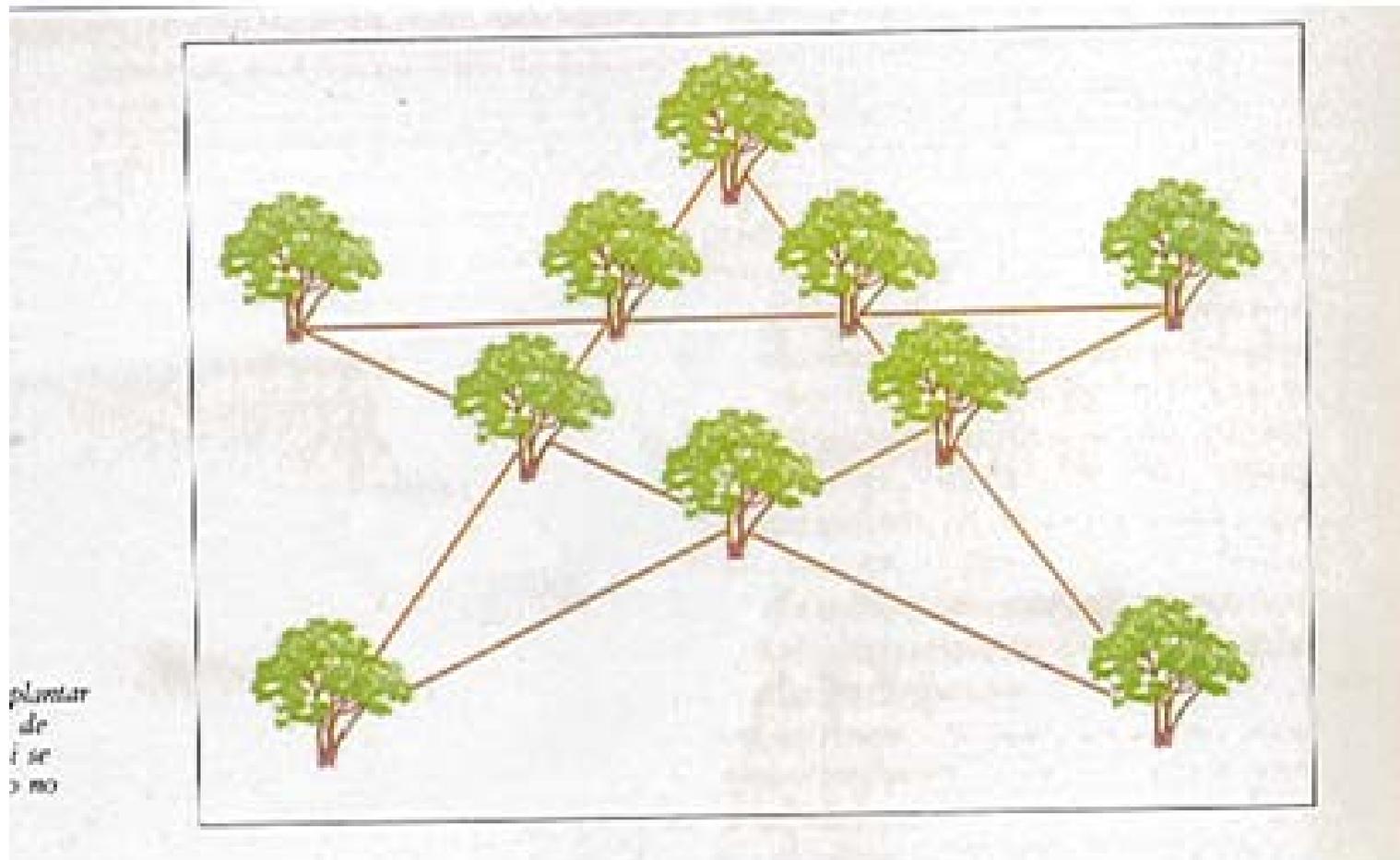
(g)

FIGURA 8-10 Algunas posibles soluciones para el problema de los nueve puntos.



Tomado de Papalia y Olds. Psicología de la Educación.
Méjico: Mc Graw-Hill

- ¿Cómo pueden plantarse 10 árboles en cinco filas con cuatro árboles en cada fila?





Tomado de Sternberg, R., Kaufman, J. & Grigorenko, L. (2011)
Inteligencia Aplicada. Madrid TEA Ediciones.

En un cajón guarda calcetines negros y calcetines azules en una proporción de 4 a 5.
Como está oscuro, no ve bien los colores de los calcetines que saca. ¿Cuántos calcetines tendrá que sacar del cajón para estar seguro de haber conseguido un par del mismo color?



Tomado de Sternberg, R., Kaufman, J. & Grigorenko, L. (2011)
Inteligencia Aplicada. Madrid TEA Ediciones.

Un hombre estaba terminando de redecorar la fachada de su chalet cuando se dio cuenta de que le faltaba algo. se fue a la ferretería y preguntó al vendedor: *¿cuánto cuesta 150?* El vendedor le contestó: *“son a 75 céntimos la unidad, así que 150 son 2,25 euros”*.
¿Qué compró el hombre?



FLUIDEZ



FLEXIBILIDAD



ORIGINALIDAD



INSIGHT



PROFUNDIZACIÓN



ELABORACIÓN



PREPARACIÓN

- Gran esfuerzo
- Pensamiento Consciente
- Puede abandonar si la tarea es compleja



INCUBACIÓN

- Puede durar segundos o años
- Proceso inconsciente
- Se puede procesar otra cosa



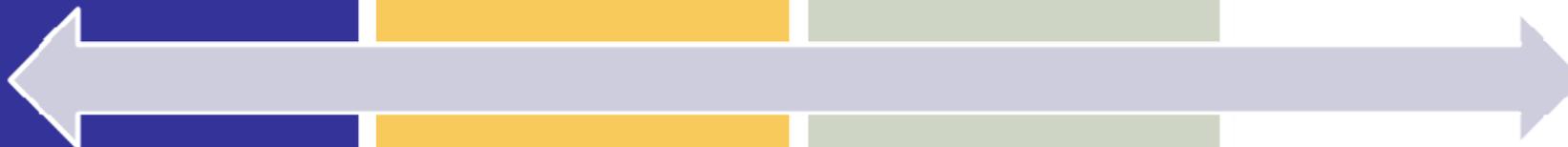
ILUMINACIÓN

- Es la hora del “ahá” o el “eureka”



VERIFICACIÓN

- Repasa detalles
- Resuelve de forma consciente





**LA CREATIVIDAD COMO UN
«SUBTIPO» DE INTELIGENCIA:
GUILFORD,
STERNBERG**

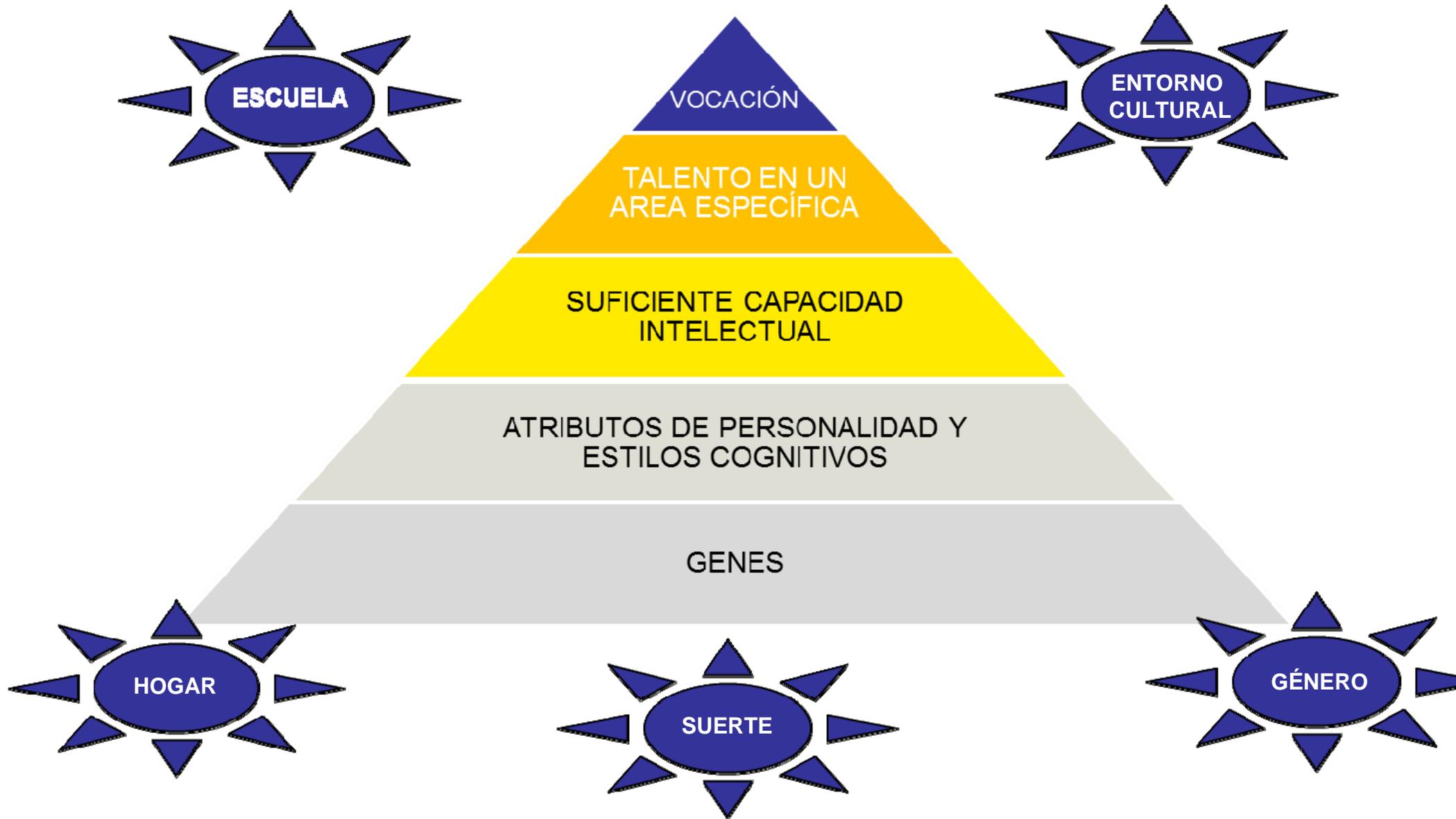
**LA TEORÍA DEL UMBRAL:
LA INTELIGENCIA UNA
CONDICIÓN NECESARIA PERO NO
SUFICIENTE PARA QUE SE DE LA
CREATIVIDAD.**

**Tª DE LA SUPERPOSICIÓN
INTELIGENCIA Y CREATIVIDAD:
DOS CONSTRUCTOS DIFERENTES
PERO QUE SE PUEDEN DAR
JUNTOS DANDO LUGAR A LA
SOBREDOTACIÓN: RENZULLI**

**LA CREATIVIDAD ES UN
CONSTRUCTO COMPLEJO: TIENE
MUCHAS FACETAS Y PUEDE
MOSTRARSE DE MÚLTIPLES
MANERAS.**



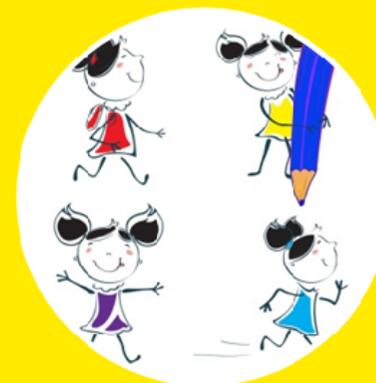
LA PIRÁMIDE DE J. PIRTO





ATRIBUTOS DE PERSONALIDAD:

- La intuición, la sensibilidad y la intensidad emocional.
- La ingenuidad o apertura a la experiencia.
- La Originalidad y un alto sentido de la estética.
- La curiosidad.
- La pasión por aquello que le interesa y la amplitud de intereses.
- La disposición a asumir riesgos.
- La persistencia, la autodisciplina, y la implicación en las tareas.
- La tolerancia de la ambigüedad.
- Cierta Introversión o gusto por la soledad.



ESTILOS Y CARACTERÍSTICAS COGNITIVAS

- Pensamiento analógico o metafórico.
- Flexibilidad o capacidad para cambiar de perspectiva.
- Objetividad e independencia de juicio.
- Capacidad de Insight
- Capacidad para afrontar la novedad y el desorden.
- Pensamiento Lógico.
- Visualización e Imaginación
- Improvisación y actitud lúdica.



COMPONENTES COGNITIVOS

PENSAMIENTO DIVERGENTE

- FLUIDEZ
- FLEXIBILIDAD
- ORIGINALIDAD
- ELABORACIÓN

CONOCIMIENTO GENERAL

CONOCIMIENTO
ESPECÍFICO

COMPONENTES DE PERSONALIDAD

MOTIVACIÓN Y
COMPROMISO CON LA
TAREA

APERTURA

TOLERANCIA A LA
AMBIGÜEDAD







¿Por qué es importante la creatividad?

¿Cómo entender la creatividad?

¿Cómo surge: se nace o se hace uno creativo?

¿Cómo hay entonces tan pocas personas realmente creativas?

¿Cómo se relacionan la inteligencia y la creatividad?

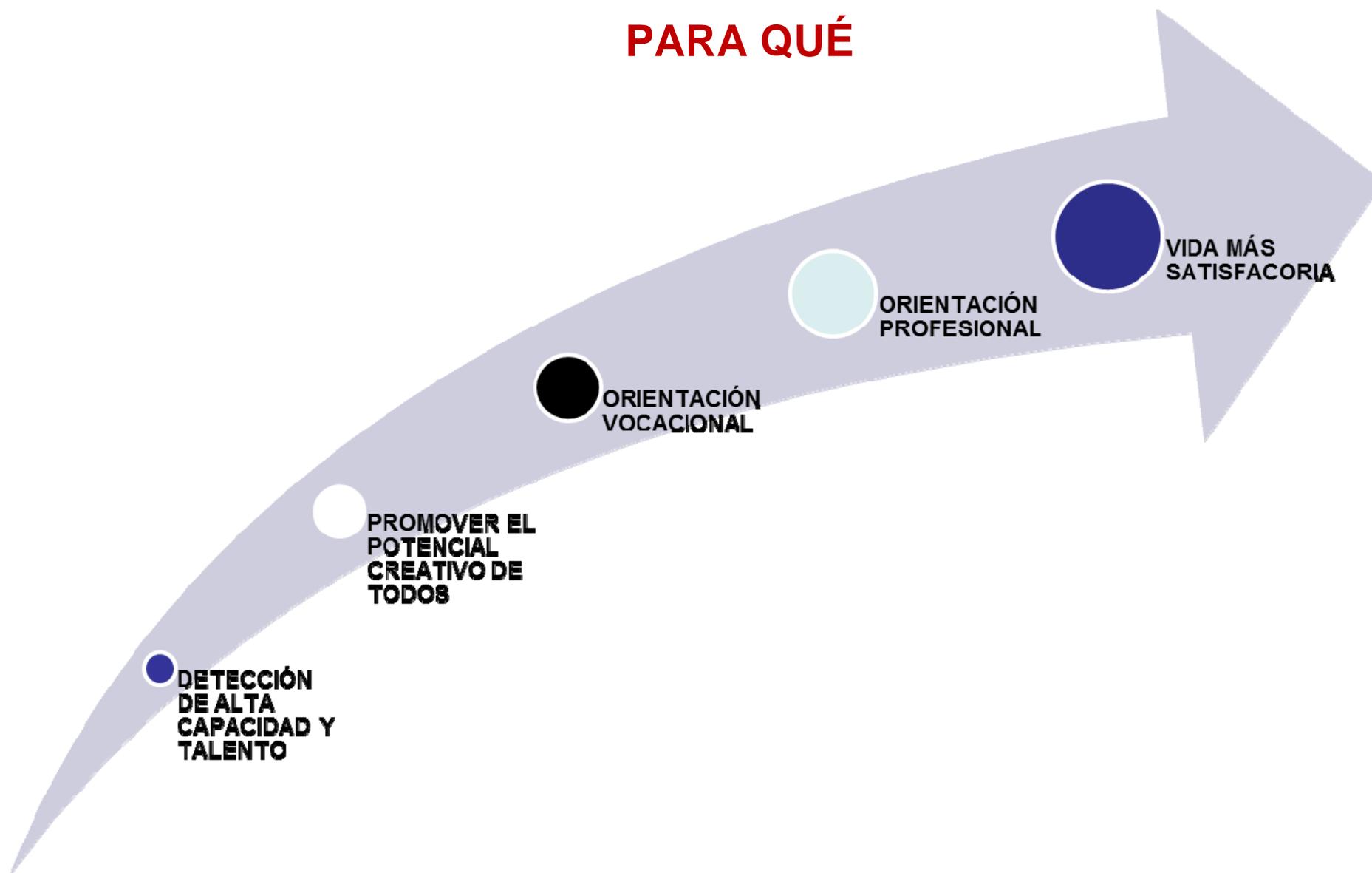
¿Cuestión de aptitudes o de actitudes?

¿Cómo podemos detectar el potencial creativo?

¿De qué instrumentos disponemos para evaluar la creatividad?



PARA QUÉ





CÓMO





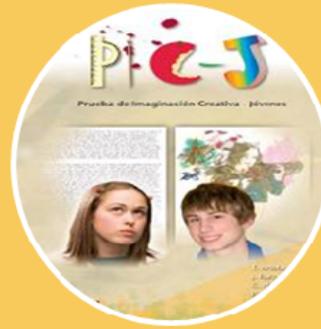
Tipo de Evaluación	Ejemplos	Ventajas	Desventajas
TEST DE PENSAMIENTO DIVERGENTE	PIC N PIC J PIC A CREA	<ul style="list-style-type: none">Muchos años de Investigación.Medida del proceso creativo.Estimación del potencial creativo.	Posiblemente sólo midan un aspecto de la creatividad Miden la creatividad sólo en algunos dominios
PRUEBAS FIGURATIVAS	TCI TAEC	<ul style="list-style-type: none">Pruebas libres de culturaMedidas del producto/ Medidas del proceso	Dificultad para evaluar la relevancia y adecuación del producto La creatividad se mide en un solo dominio
EVALUACIÓN DE EXPERTOS	CAT: Consensual Assessmen Technique	<ul style="list-style-type: none">Evaluación de la Creatividad en dominios específicos.Medida del producto.	Procedimiento caro y costoso. Dificultad para determinar jueces.
EVALUACIÓN POR TERCEROS	EDAC Escalas para padres Renzulli	<ul style="list-style-type: none">Detecta Conductas asociadas a la CreatividadEvaluación de la Persona	Problemas de fiabilidad Posibles sesgos

¿MIDEN LO MISMO?





EN 2º CICLO
DE PRIMARIA



EN
BACHILLERATO



EN ADULTOS

CUÁNDO



VILLANUEVA
CENTRO UNIVERSITARIO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

www.villanueva.edu

email: tartola@villanueva.edu

Con la colaboración de:



Adscrito a la Universidad
Complutense de Madrid

