

**ENTREVISTA A:****Prof. Dña. Manuela Romo****Profesora de la Facultad de Psicología de la Universidad Autónoma de Madrid y  
experta en Psicología de la Creatividad**

Por:

Maria Fátima Morais

IE, Universidade do Minho Braga, Portugal. [famorais@ie.uminho.pt](mailto:famorais@ie.uminho.pt).**BREVE CV DE LA PROF. DÑA. MANUELA ROMO**

Ha centrado su investigación en la creatividad durante más de treinta años, publicando cuatro libros, entre ellos el libro *Psicología de la Creatividad*, y numerosos artículos y trabajos de investigación. Es co-autora de un ensayo para evaluar la creatividad en los niños: TCI, Test de Creatividad Infantil (TEA Ediciones, 2008, Madrid). Fue el contribuyente español en los libros *Creativity's Global Corresponsales*, de 1998 a 2003 publicado por Morris Stein. Winslow Press (N.York)

Ha dado más de 60 conferencias y numerosos cursos y talleres por toda España, Portugal, Italia, el Reino Unido y muchos países de América Latina. En 2000 organizó el Primer Encuentro Nacional de Profesores Universitarios e Investigadores de la creatividad en su universidad. Ha sido directora del Doctorado en Creatividad Aplicada de la Universidad Autónoma de Madrid desde que se ofreció por primera vez en el año 2000 hasta la actualidad. También, es directora de un título en Creatividad Aplicada en su universidad (2015-2015).

Ha participado en la organización de siete reuniones internacionales sobre la creatividad. Además, fue co-fundadora y actualmente es vicepresidente de la Asociación La Creatividad en España: ASOCREA.

Ha contribuido en diversos proyectos de I + D centrados en la creatividad.

## Entrevista

*1. Manuela, trabajas hace varios años en el área de la creatividad: en la investigación y en la enseñanza. Empezamos, entonces, por una cuestión más personal. ¿Cómo empezó todo? Es decir, ¿Cuándo has tomado esa decisión (si ha sido una decisión...)? Y, sobre todo, ¿Por qué has elegido la creatividad? ¿Cómo surgió la creatividad en tu camino?*

Pues, hablamos de descubrimientos accidentales, de azar, y en mi caso, también fue así. Cuando yo terminé los estudios, la licenciatura, empecé a trabajar en la universidad de ayudante de un profesor que trabajaba también fuera de la universidad en los temas de la innovación y creatividad. Yo tenía que hacer una tesina, que es un trabajo de fin de titulación, y él me aconsejó hacerlo en creatividad. Después, este profesor se fue de la Universidad Autónoma y yo me quedé “enganchada”, como decimos en España, con el tema, y ya por mi cuenta, porque ciertamente nadie trabajaba en creatividad, planteé la tesis doctoral en el tema. El catedrático con el cual estaba en el departamento me dirigió, digamos entre comillas, porque él el tema no lo dominaba, pero...desde el punto de vista metodológico sí. Y seguí con el tema porque realmente me parece fascinante dentro de la psicología.

*2. Ha sido la primera o una de las primeras tesis doctorales en creatividad, ¿no?*

Sí, sí. Había en Bellas Artes, pero en Psicología se habían hecho dos o tres antes que yo, únicamente.

*3. Habiendo ya recorrido un trayecto tan intenso en la creatividad... ¿Cómo la definirías hoy? Es decir, ¿lo que es y lo que no es la creatividad?*

Pues, yo siempre digo que, desde un punto de vista epistemológico, la creatividad hay que definirla a partir del resultado, a partir del producto. Hay

---

creatividad si hay algo creativo, un producto que debe cumplir dos requisitos: tener novedad y valor. Esto es algo que, en general, todo el mundo está de acuerdo sobre el tema. El valor es algo que decide el ámbito al cual el producto va dirigido y la novedad es algo sencillo de definir: algo que no existía antes y que surge bien como una ruptura o bien como una mejora de un producto anterior.

Ahora bien, como psicólogos, a nosotros nos interesan los procesos. Dado ese producto, ¿cómo es el proceso que lleva a ese resultado? Y es en ese sentido, pues... sabemos que es una dimensión compleja de la naturaleza humana. Hablamos de procesos mentales, efectivamente, creatividad es una forma de pensar, de pensar y de resolver problemas de una naturaleza determinada. Problemas mal definidos, con unos procesos determinados que involucran la búsqueda y la formulación del problema; el uso de estrategias de flexibilidad mental; de utilización de analogías; de conexiones remotas, etc. Pero no olvidemos que todas estas funciones cognitivas que son comunes a cualquier forma de creatividad donde esté, - en el arte, en la ciencia, en la política -, involucra también una forma de ser determinada, una personalidad determinada y una motivación, unas actitudes determinadas y, luego, no olvidemos tampoco la influencia del contexto. Efectivamente, hay creatividad si hay un ámbito que reconoce que ese producto realmente ha modificado un campo o disciplina determinada. Entonces, la creatividad no se puede separar de su reconocimiento.

***4. Has hablado de tu motivación por el tema, has dado tu opinión sobre lo que es creatividad... ¿Puedes hablarme un poco sobre tus temas de investigación? ¿De los más importantes del pasado, presente y futuro?***

Bien, pues mira... Yo empecé la tesis doctoral que se titulaba “Dimensiones cognitivas de la Creatividad”, estudiando con el Modelo de Guilford de la estructura del

intelecto por las diferencias entre áreas de conocimiento con muestras de estudiantes de Periodismo, de Bellas Artes y de Matemáticas. Comparé que diferencias existían, utilizando la batería de pensamiento divergente de Guilford entre las tres áreas.

Luego, a partir de ahí, un tema que me ha interesado muchísimo siempre, ha sido la evaluación de la creatividad y, bueno, en ese he trabajado con un colega, que también conoces, con Vicente Alfonso de Valencia y una estudiante mía del doctorado en Creatividad. Los tres hemos publicado un test para evaluar la creatividad infantil.

Por otra parte, otra investigación que llevé a cabo con Vicente Alfonso fue el estudio de las teorías implícitas en creatividad artística que también ha dado lugar a varios artículos, un tema también muy bonito. ¿Te he hablado de grandes investigaciones, no? porque, por otra parte, ha habido tesis doctorales que he dirigido y han salido artículos. Y, luego, actualmente, con... una compañera muy querida de Portugal, de Porto, de la Universidad de Minho, y con otra compañera de Campinas, Brasil, estamos llevando a cabo una investigación sobre mujeres creativas. Un trabajo en el cual estamos entrevistando mujeres inminentes en diferentes áreas e intentamos definir cuáles son los obstáculos con los que se han enfrentado estas mujeres, a partir de entrevistas en profundidad con ellas... Un trabajo que tiene una dimensión aplicada, del cual se debe extraer condiciones que favorezcan en la escuela el desarrollo de la creatividad potencial de las niñas y definir cuáles son esas limitaciones. Intentar, claro, esto es una incursión de medio alcance, pero que esas limitaciones, con las cuales esas mujeres se han enfrentado, se reduzcan, se anulen.

---

*5. Ahora, una cuestión más amplia... Hoy, muchos autores hablan de la relevancia de la creatividad como respuesta a la actualidad. Incluso, algunos hablan de su necesidad para la supervivencia en el futuro próximo. ¿Será hoy un nuevo periodo, como en la década de 50 con Guilford, de emergencia de la creatividad? O, en realidad, ¿los cambios en la humanidad no pueden sucederse sin creatividad o innovación? ¿Hay alguna exageración en esta fuerte afirmación? ¿Qué piensas de esta relevancia?*

Efectivamente, creo que estamos en un momento, valga la redundancia, muy relevante para hacer reconocer la relevancia de la creatividad. Ciertamente. Yo siempre digo que la creatividad nos ha llevado desde las cavernas hasta Saturno, ha sido la responsable de todo el avance de la evolución humana en la ciencia, en el arte, en la literatura, en el campo social y, ahora, estamos en un momento crítico, estamos en una sociedad sometida a cambios vertiginosos: el tema de la globalización; el hecho de estas corrientes migratorias que se están produciendo; la era de la información, de conocimiento. La creatividad es aportar un nuevo conocimiento, una nueva información. Más que la inteligencia, porque la inteligencia es reproducir pero, ahora, es un desafío para la sociedad actual el disponer de éstas... vamos, que los ciudadanos desarrollen estas habilidades: su pensamiento flexible, una capacidad crítica, una apertura mental, todas ellas características de la creatividad.

En una entrevista reciente que hacía en una revista de mi Universidad, la Autónoma de Madrid, yo hablaba de emergencia social. Creo que la creatividad, hoy en día, se convierte en una emergencia social.

*6. Eres docente de Creatividad en la Universidad Autónoma de Madrid. Das clases de Psicología de la Creatividad en diferentes Másteres, incluso en el Máster de Creatividad Aplicada. Vosotros coordináis también un doctorado interuniversitario en Creatividad. Por lo tanto, te planteo dos cuestiones:*

- a) ¿Cómo es tu experiencia personal como docente de creatividad? (esto es, la aceptación por parte de los alumnos, tu motivación personal, la utilidad de estos contenidos para el futuro de tus alumnos) y*
- b) ¿Cómo ha sido, y sigue siendo posible, esta relación entre docencia universitaria y creatividad desde el punto de vista institucional? Esto es... en Portugal no es fácil hablar de un doctorado o, incluso, de un máster acerca de creatividad en una universidad pública... Desde el punto de vista institucional, ¿“Cómo se encuentra” la creatividad en las universidades en España?*

Desde el punto de vista personal (tú lo sabes porque lo hemos hablado cuando has venido alguna vez también a participar en nuestros postgrados), es sumamente gratificante, tanto en el postgrado, a nivel del doctorado o del máster, como en la materia de psicología (la creatividad es una optativa en el grado). Siempre está llena esa materia, los alumnos la eligen porque... y quizás esto conecta con el punto de vista institucional, apenas viene este tema, es una pena que apenas se toca este tema tan esencial en psicología evolutiva o, a lo mejor, en asignaturas que tienen que ver con solución de problemas, de pensamiento... Pero muy indirectamente y es un tema muy relevante, y a los alumnos les suscita muchísimo interés, muchísima curiosidad. Luego, en el personal también... el doctorado que hemos tenido con gran éxito durante diez años, ya lo sabes que con los planes de Bolonia, al menos en mi país, han modificado y los doctorados ya son muy genéricos. Psicología, antes teníamos doctorados diversos y

ellos eran de creatividad aplicada. Pues, en estos doctorados era súper gratificante la experiencia y nos encontrábamos con estudiantes de psicología, de pedagogía, de artes, e incluso ingenieros de comunicación, periodistas y tal: muy reforzante y de muchos sitios distintos. Muchos venían de Latino-América, etc.

En cuanto al tema institucional, ha sido un trabajo muy duro porque a mí me ha costado y a otros compañeros que también han trabajado en el tema, como Saturnino de la Torre en Barcelona, también una referencia en creatividad. Desde una generación previa a la mía, hemos tenido que luchar por conseguir este reconocimiento y, afortunadamente claro, cuando en la Universidad se ve que hay eco para este tipo de estudios obviamente ello también nos interesa que se lleven a cabo. La situación es difícil pero yo creo que está cambiando también. Fíjate en el ámbito de la empresa - se habla de innovación, innovación es creatividad referida a productos y servicios que dan en ese ámbito concreto. Pero, quizás desde ahí o del ámbito de la publicidad también, que tiene como entidad propia la creatividad, se está extendiendo y, en última estancia, quien tiene que definir cómo es la persona creativa somos nosotros. Es decir que... creo que, lentamente, se tiene que ir reconociendo.

### **7. En España, ¿hay distintas motivaciones e inversiones de la creatividad en las artes, la academia, las empresas...?**

Sí, sí. Quizás, bueno, estamos en una sociedad capitalista donde más se reconoce académicamente y se trabaja como, por ej., en las universidades de comunicación. En periodismo y publicidad tienen varias asignaturas de creatividad, claro. El creativo publicitario tiene un papel muy relevante en esta sociedad nuestra de la información. En la empresa lo mismo, más vinculado, más de innovación, tanto en el estudio de los procesos, de la personalidad creativa y tal y, luego, en las artes, quizás por aquello que,

---

tradicionalmente, se ha considerado que la creatividad iba fundamentalmente asociada al arte. Hay diferentes enfoques, pero yo creo que eso es bueno y nos complementan y, además, eso lo vemos en nuestras reuniones y congresos desde la perspectiva de cada disciplina y es muy interesante.

Pero lo importante es que no quede aislada sino que, realmente, haya un estudio interdisciplinar y yo creo que tenemos que ir hacia eso, necesariamente.

**8. *¿Crees que esa interdiscipliniedad está sucediendo en España? ¿Piensas que el futuro es optimista?***

Sí, sí, pero tiene que trabajárselo. Es decir, si yo ahora tengo en la Autónoma este postgrado en Creatividad donde vienen profesores de la Complutense y Ciencias de Información, donde vienen profesores del área de la educación, donde estamos los psicólogos y donde está gente de la empresa, profesionales, esto, obviamente, es como debe de ser. No concibo yo un postgrado en Creatividad aplicadas en todas estas versiones. Pero, claro, esto se mantiene si hay gente que lucha por ello y si importa que esto siga siendo así.

**9. *Con relación a la divulgación del tema, ¿hay revistas especializadas, eventos, asociaciones...?***

Muy mal. Yo creo, incluso, que estamos peor que en Portugal porque en Portugal, habéis hecho varios eventos y, bueno, quizás sea tendencia. Bueno, tampoco quiero quitar relevancia. Aquí, fundamentalmente, es la Asociación para la Creatividad (ASOCREA) la que está trabajando y ha habido épocas previas más gloriosas. Quizás los que estábamos en esa asociación estábamos más libres de trabajo. Ahora, con la crisis, el plan de Bolonia y todas esas cosas, nos quitan bastante tiempo... Hemos hecho varios congresos internacionales y tal, pero no te puedo hablar en cuanto a difusión en



revistas, pues no hay revistas específicas de creatividad, eso no. Nosotros publicamos en revistas de psicología, de estudios de psicología y revistas de contenido más pedagógico y de fácil aprendizaje. Y eso, fíjate, es cierto que cada vez está habiendo más artículos sobre este tema.

*10. Esta entrevista es para la revista Talincrea. Talento, inteligencia y creatividad. Volviendo un poco a la teoría, ¿cómo ves la relación entre la creatividad, la inteligencia y los talentos?*

Recientemente, me han llamado para un máster que hay sobre talentos que la Universidad de Castilla-La Mancha imparte en Albacete y, claro, yo me he puesto a eclosionar sobre esto a la hora de preparar un poco una intervención allí y, efectivamente, ese es otro tema donde hay mucha confusión porque siempre, como sabes, asociamos el talento al cociente intelectual... Y, no señor, yo creo que el cociente intelectual es un concepto que, hoy en día, no tiene la relevancia que tenía en los años 50 ó 60. Después del *boom* de la inteligencia emocional o después, por ej., de la teoría de Gardner de las inteligencias múltiples, debemos reconocer que hay otras dimensiones más allá que lo que se mira en el cociente intelectual y que son relevantes para el éxito profesional, para el éxito social. También debemos tomar en cuenta la superdotación, el talento que viene de un pensamiento divergente, de un pensamiento creador.

Como antes se comentó, la inteligencia tiene más que ver con innovación. Está clara la vinculación entre ambos porque tú no vas a aportar nada, no vas a hacer un cambio de paradigma. En la Física, si no tienes esas habilidades de infraestructura, que llamo yo, esas capacidades matemáticas o lo mismo, en la literatura, esa capacidad verbal, por mucha capacidad semántica que tengas, tú no empleas los procesos propios

del pensamiento creador, no los desarrollas, no los aplicas a esos contenidos, no vas a hacer nada nuevo. Vas a ser un gran erudito pero no vas a aportar novedad.

***11. Para terminar, en la actualidad ¿qué dirías a un joven que elija el área de la creatividad para seguir sus estudios o su práctica profesional?***

Pues, yo le diría que alimente su motivación intrínseca que es una de las dimensiones fundamentales de la creatividad. Incluso, por estar trabajando en esto que te gusta, en esto que amas y, efectivamente, esto, finalmente redundará cuando uno está motivado para algo, cuando uno ama algo.

Finalmente, además de su propia satisfacción en hacer algo que quieres hacer, habrá reconocimiento de algún tipo u otro.

Claro, estamos en una sociedad en la que la dificultad, sobre todo entre los jóvenes, para encontrar trabajo es importante y, sobre todo, en España. Pero la creatividad es algo que se puede aplicar a todos los campos de la vida, es decir, a los estudiantes que vienen a este postgrado, yo no les digo... no les garantizo un trabajo, obviamente: “vas a conseguir un trabajo como...” pues no. Pero, sin embargo, si eres profesora, vas realmente a mejorar tus resultados. Si eres docente o si estás en una empresa, realmente vas a ver la aplicabilidad que tiene pensar de una manera creativa dedicada a la eficacia de los productos y servicios en una empresa, en cualquier ámbito, incluso, en la propia vida personal, que es otro de los temas que ahora es cada vez más relevante. La vinculación entre la psicología positiva y creatividad, la experiencia de *fluir* tiene muchas cosas que realmente determinan que la creatividad es un elemento para el bienestar personal.

***Muchas gracias, Manuela.***