



ISSN: 2448-6574

Promoción y evaluación de los procesos creativos dentro de la actividad docente universitaria

Nadia Borislova
borislavovna.borislova@correo.buap.mx

Gerardo Martínez Hernández
geramart@gmail.com

Dentro del Marco del Modelo Universitario Minerva de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, se establece el eje transversal de las Habilidades del Pensamiento Complejo en donde se pretende el desarrollo de la reflexión y la toma de decisiones acorde con el contexto de forma creativa, resaltando las intencionalidades del propio modelo que configuran al ciudadano que la sociedad requiere, justificado para ello la necesidad de promover la innovación y el emprendimiento como elemento de consolidación de la calidad académica.

Palabras claves: Creatividad, Docencia, Evaluación

Dentro del Marco del Modelo Universitario Minerva de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, se establece el eje transversal de las Habilidades del Pensamiento Complejo en donde se pretende el desarrollo de la reflexión y la toma de decisiones acorde con el contexto de forma creativa, resaltando las intencionalidades del propio modelo que configuran al ciudadano que la sociedad requiere, justificado para ello la necesidad de promover la innovación y el emprendimiento como elemento de consolidación de la calidad académica. (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, 2013)

Sin embargo, en ocasiones el aspecto de la creatividad se ha circunscrito exclusivamente al discurso, no generándose elementos que permitan la posibilidad de promoverla y en su caso evaluarla hacia su acrecentamiento y por ende, obtener los beneficios e impactos sociales que se desprenden al contar con egresados aportadores de nuevas ideas, estrategias o formas alternativas de pensamiento.

Es por ello, que los procesos de identificación del concepto de la creatividad, el análisis pertinente



ISSN: 2448-6574

de su desarrollo y trato desde una perspectiva científica coadyuvarán sin lugar a dudas a que los docentes, como impulsores importantes del proceso educativo, sean promotores de la creatividad en su cotidianidad, además de que ellos mismo, al explorar este mundo de la creatividad, podrán desenvolverse de tal forma que construyan nuevas alternativas de docencia.

Para hablar sobre la creatividad es recomendable empezar, como en cualquier ejercicio de evaluación, con la propia definición de los conceptos a utilizar, señalando que en el mundo antiguo el concepto de la creatividad, tal como la conocemos el día de hoy no existió según López Pérez (1999), y es que este concepto no fue realmente considerado para su estudio o desarrollo sino hasta avanzado el siglo XVII, momento en que aparece “tímidamente” gracias el cambio epistemológico promovido por las ciencias. López Pérez menciona a ese respecto que si bien la lengua griega no contó con un término identificador para la creatividad, sí existían términos equivalentes que fueron posteriormente acogidos por el latín durante la época romana, aunque un sentido más profundo apareció hasta el periodo cristiano a través de los términos *creatio* y *creare*, relacionando esos conceptos al acto divino de creación a partir de la nada y expresado particularmente con la extensión *ex nihilo*¹. La reforma protestante, como consecuencia de los cambios políticos del renacimiento, conllevó a transformaciones en las concepciones epistemológicas que permitieron la posterior estructuración de paradigmas en las ciencias y las artes y que, en conjunto con el humanismo y la ilustración, promovió que hacia el siglo XVII y con mayor claridad en el siglo XVIII se estructurase dicho concepto dentro de las reflexiones artísticas, siendo que para ya entrado el siglo XIX, el término creador se extiende nítidamente a los asuntos humanos. (López Pérez, 1999, pág. 6)

Con ello podemos observar que los conceptos sobre la creatividad son relativamente recientes, siendo que la creatividad es uno de los comportamientos más misteriosos y fascinantes del ser humano como lo menciona Hargreaves (Hargreaves, 1998, pág. 159), pues para su estudio nos enfrentamos a una situación compleja, incluso para definirlo por la cantidad de enunciaciones que han hecho los teóricos; la creatividad tiene tantas definiciones como teóricos se han ocupado de formularlas y algunos autores consideran que se puede observar cuando una persona tiene la capacidad de producir cosas nuevas y valiosas, destacándose la influencia industriosa para determinarla. Una definición más completa la podríamos encontrar en Waisburg y Erdmenger

¹ Ex nihilo es una locución latina traducible por "de la nada" o "desde la nada". En filosofía y teología, suele emplearse en la expresión *creatio ex nihilo*, haciendo referencia a aquello que se crea a partir de la nada. Debates en Evaluación y Currículum/ Congreso Internacional de Educación Evaluación 2016 / Año 2, No. 2, Septiembre de 2016 a Agosto de 2017/



ISSN: 2448-6574

quienes aducen que la creatividad “es adelantarse a lo desconocido, llevar la delantera, soñar con un avión antes de que exista, imaginar que el hombre puede volar, es ver lo que otros no ven”, en tanto afirman que no se puede encasillar a la creatividad en una sola definición al ser una acción contradictoriamente creativa. Para ellos es importante relacionar a la creatividad con la capacidad de amar, fluir, de contar con una energía de cambio, un sentido de vida y posibilidad de respuesta a los problemas en la cotidianidad; singularmente se le puede identificar con una capacidad de generar ideas, de innovar y por supuesto, arriesgarse, en sí, una forma de ser y de estar en el mundo. (Waisburg & Erdmenger, 2008, pág. 53 y 54)

El interés por su estudio desde el plano científico se debe a Guilford en la década de los cincuenta del siglo XX, al vincularla como una disciplina más de la psicología. Distintos estudios realizados a partir del “Discurso Presidencial sobre ‘Creatividad’” presentado por J. P. Guilford en 1950 revelan la complejidad del fenómeno creativo y que, en palabras de Yamamoto, visualizan a la creatividad “como un ‘paraguas’ que abarca diferentes aspectos del talento, la personalidad, el afecto y la motivación” (Yamamoto citado en Hargreaves, 1998, págs. 159-160), siendo que para la comprensión de este fenómeno Guilford propone ocho capacidades de las personas creativas que López,² invita a investigar y que a saber son: 1. Sensibilidad a los problemas. 2. Fluidez. 3. Flexibilidad. 4. Originalidad. 5. Aptitud para sintetizar. 6. Aptitud analítica. 7. Reorganización y redefinición. 8. Facultad de evaluación. (López Pérez, 1999, págs. 12-13; Guilford, 1980)

Torrance, haciendo una relación similar a la de Guilford, destaca algunas capacidades que intervienen en el pensamiento creador, como son: 1. Fluidez. 2. Flexibilidad. 3. Originalidad. 4. Elaboración. 5. Redefinición. (Torrance, *The Torrance Test of Creative Thinking*, 1966, pág. 11) En ese sentido López de la Llave y Pérez en ese mismo tenor hacen una lista de diez factores “claves de la creatividad”: 1. Sensibilidad. 2. Fluidez. 3. Flexibilidad. 4. Originalidad. 5. Redefinición. 6. Análisis. 7. Síntesis. 8. Divergencia. 9. Elaboración. 10. Utilidad. (López de la Llave & Pérez, 2006, pág. 61)

Como podemos observar varios factores se repiten, siendo que López considera que estos factores han tenido una resonancia principalmente en la literatura sobre creatividad,

² Ricardo López Pérez publicó en 2008 un diccionario titulado *Creatividad con todas sus letras. (Diccionario de Conceptos y Expresiones Habituales del Campo Temático de la Creatividad)*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria. En línea: http://issuu.com/anuelo/docs/creatividad_con_todas_sus_letras [2015, 26 de febrero].



ISSN: 2448-6574

relacionándose e incorporándose progresivamente y poniendo en evidencia la influencia del discurso de Guilford subrayando el factor de sensibilidad a los problemas el cual ha sido reiterativo y necesario para explicar el proceso creativo. (López Pérez, 1999, pág. 13) Por añadidura, se podría incluso considerar a la creatividad como proceso de apreciar problemas o lagunas en la información, la formación de ideas o hipótesis, la verificación y modificación de dichas hipótesis y la comunicación de los resultados, como lo sugirió en su momento Torrance, quien enfocaba a la creatividad hacia la construcción de un pensamiento científico (Torrance, Desarrollo de la creatividad del alumno, 1970, pág. 6). Finalmente, al igual que López, destacamos los elementos comunes como *conectividad, originalidad y relevancia*, relacionándolos con la actitud o a la capacidad de las personas y los grupos para formar combinaciones, para relacionar o reestructurar elementos de su realidad, logrando productos, ideas o resultados a la vez originales y relevantes. (López Pérez, 1999, pág. 19).

Un auxiliar que tenemos para profundizar sobre la creatividad se encuentra en Frega quien formula las preguntas: ¿Cómo construir, entonces, dicho concepto? ¿Cómo definir la noción de creatividad? Una visión habitual es ver la creatividad desde alguno de los siguientes enfoques: Como condiciones de una persona, como conexión de hechos a lo largo de un proceso, y como concreción en “algo” a la manera de un “producto”, siendo Gardner quien invita a explorarlos a partir de cuatro niveles: (Frega, 2009, pág. 14)

1. La Persona creativa.
2. El proceso creativo.
3. El producto creativo.
4. Ambiente creativo.

A partir de aquí, tenemos los siguientes criterios de la creatividad:

1. **La energía creativa** es la actividad intelectual que realiza el producto (en esto coincide con Mihaly Csikszentmihalyi en su libro *Creatividad. El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. (Csikszentmihalyi, 1988) Además, esta energía coincide con la energía sexual y el reposo creador en sus diez contrastes o paradojas con que define la creatividad a partir de una metodología basada en entrevistas a grandes creadores.
2. **La creación** es útil, tiene **utilidad**. (Es más compleja definir la utilidad en el arte).



ISSN: 2448-6574

3. Tiene **novedad**. Superando las dificultades, la respuesta de la inventiva es una **sorpresa**; el mismo creador se puede sorprender.
4. La **experimentación** precede a la realización de la obra o producto.
5. La **inventiva** se presenta en el producto exitosamente terminado, en un área poco común.
6. Hay **escepticismo previo** de los colegas en esa área activa ante un nuevo producto científico. (Aunque hay rasgos generales comunes entre la creatividad científica y la artística, creemos que un estudio comparativo profundo entre las dos áreas de la creación humana sería muy útil, incluso entre las distintas ramas y especialidades de cada creación).
7. En el individuo hay una **insatisfacción** (“un deseo incumplido”) **realizada** después con el nacimiento de la novedad productiva. (Csikszentmihalyi, 1988, pág. 75)

Características de las personas creativas

Según Csikszentmihalyi, las personas creativas cuentan con una facilidad de adaptación a diferentes situaciones, alcanzando sus objetivos con lo que cuentan, aunque es difícil definir ciertos rasgos específicos o características de individuos, pues estos pueden ser muy sociales y optimistas, pero también pueden ser antisociales y depresivos, o muy generosos y alegres, como también avaros y amargados, soberbios o tímidos. Por consiguiente, estas características suelen ser engañosas al ser dictámenes o impresiones de otros. (Csikszentmihalyi, 1988, pág. 73)

Dada la complejidad de definir al sujeto creativo es que Csikszentmihalyi dedicó importante parte de su tiempo a investigar al respecto, expresando sus descubrimientos en *The Evolving Self: A Psychology for the Third Millennium* y publicando posteriormente en 1996, *Creativity. Flow and the Psychology of Discovery and Invention*, en donde entrevista a noventa y un personalidades creativas de todo el mundo, las cuales han revolucionado sus áreas de trabajo. En uno de sus capítulos dedicado a la personalidad creativa Csikszentmihalyi describe “las diez dimensiones de la complejidad” en las personas creadoras (Csikszentmihalyi, 1988, págs. 78-99), directrices que se enumeran a continuación:



ISSN: 2448-6574

1. Tienen mucha energía y capacidad de trabajo.
2. Vivos e ingeniosos.
3. Carácter lúdico y disciplinado.
4. La imaginación y la fantasía por un lado y un profundo sentido de la realidad, por otro, es característica de la personalidad creativa.
5. Las personas creativas son introvertidas y extrovertidas (continúan sus paradojas).
6. La personalidad creativa es humilde y orgullosa, autocrítica y de gran confianza
7. Trascienden los estereotipos de su género.
8. No se puede jugar un juego sin conocer sus reglas: No se puede ser creativo (y rebelde, e iconoclasta) sin ser tradicional y conservador.
9. La gran pasión por su y la objetividad por éste.
10. La apertura y sensibilidad del creador que lo expone al sufrimiento como a un gran placer.

De forma paralela, Waisburg y Erdmenger generan una lista de características de la personalidad creativa a través de afirmaciones de varios autores:

- Originalidad.
- Tomar decisiones.
- Ser críticas con ellas y con los otros.
- Fluidez.
- Elaborar juicios.
- Buscar distintas formas para resolver problemas.
- Inteligencia.
- Ser independientes.
- Ser perseverantes.
- Imaginación.
- Estar al tanto de la novedad.
- Ser comprometidas.
- Creatividad en el dominio.
- Construir nuevas estructuras.
- Generar conexiones nuevas. (Waisburg & Erdmenger, 2008, pág. 59)
- Pensar de forma metafórica.
- Encontrar orden en el caos.
- Ser flexibles.
- Preguntar por qué.
- Cuestionar las normas.

El proceso creativo

El proceso creativo lleva tiempo y es un trabajo constante. Vigotsky ya menciona al respecto: “crear es difícil”. Incluso, trata este tema en el capítulo “Los sufrimientos de la creación”, del libro *Pensamiento y lenguaje*. (Vigotsky, 2008, págs. 535-538) Thomas Edison, así mismo menciona sobre el proceso creativo: “la creatividad consiste en 1% de inspiración y un 99% de transpiración” (Csikszentmihalyi, 1988, pág. 104), mientras que Sammy Kahn menciona: “Cuando la gente me pregunta qué viene primero, si la música o la letra, les digo que lo que viene primero es la llamada telefónica” (Hargreaves, 1998, pág. 163). El trabajo docente hacia la propensión de un desarrollo creativo de sus alumnos demanda un trabajo duro y persistente hacia la “inspiración y la llamada telefónica”.

De acuerdo con Csikszentmihalyi, el proceso creativo consta de cinco pasos o fases:

1. Período de preparación o inmersión.
2. Período de incubación.
3. Intuición: el momento “¡ajá!”
4. Período de autocrítica: la evaluación.
5. Proceso de la elaboración.

Este proceso o “estructura clásica” —como le denomina el autor— comienza con el período de preparación y culmina con el proceso de elaboración. No obstante, no hay que tomarlo demasiado literal, pues parte del proceso está interrumpido constantemente por períodos de incubación y salpicada por pequeñas epifanías, en tanto el proceso creativo no es tanto lineal como recurrente. (Csikszentmihalyi, 1988, pág. 105)

Uno de los métodos que frecuentemente se suelen usar para estimular el proceso creativo es el método “Tormenta de ideas” o “Lluvia de ideas”, que desarrolló Alex Osborn a finales de los treinta. Este método consiste en trabajar en grupo, alentando a proponer y desarrollar ideas sin temor a ser criticado. (Osborn, 1953), pero también encontramos otras estrategias como son: Análisis morfológico, Analogías, Biónica, Brainswarming, Blue Slip, Brainwriting, Conexiones morfológicas forzadas, Crear en sueños, CRE-IN, DO IT, El arte de preguntar, El catálogo, El porqué de las cosas, Estratal, Galería de famosos, Ideart, Ideas animadas, Identificación o



ISSN: 2448-6574

empatía, Imanchin, Inspiración por colores, Inspiravideo, La inversión, Listado de atributos, Mapas mentales, Método 635, Microdibujos, Metodología, Morphing, Ojos limpios, Provocación, Relaciones forzadas, SCAMPER, Técnica Dalí (imágenes hipnagógicas), Técnica de Da Vinci, TRIZ, 4X4X4, entre muchas otras, que promueven la creatividad desde diferentes ángulos (Fundación Neuronilla para la Creatividad e Innovación, 2011).

El producto creativo

Tanto la persona como el proceso creativo apuntan a algo intangible, en tanto el producto creativo se refiere a objetos concretos que podemos ver, tocar o escuchar, la creación implica un producto, el verbo crear es por tanto transitivo. Según Romo, lo espectacular no es el proceso sino el resultado, considerándose como una especie de abstracción, pues el proceso de la creatividad llega en ocasiones también a ser espectacular. (Romo, Psicología de la creatividad, 1997)

Newell, Shaw y Simon sugieren los siguientes criterios que se deben satisfacer mínimamente para considerar un producto creativo:

1. El producto tiene **novedad** para el pensador y la cultura.
2. **No es convencional**, modificó o rechazó ideas aceptadas previamente.
3. El producto resulta de una **gran motivación y persistencia**, con intenso trabajo y gasto de tiempo. (La energía creativa de Csikszentmihaly).
4. El producto puede ser el resultado de la **formulación de un problema más formulado o definido**. (Romo, Psicología de la creatividad, 1997)

Ambiente generador y evaluación del pensamiento creativo

Para generar procesos creativos, es necesario también establecer un ambiente que permita y conduzca a la posibilidad del mismo. García y Estebanz señalan varios aspectos o características que implica el medio ambiente como “escenario de desarrollo creativo”:

- atmósfera relajada y lúdica;
- existencia de límites para que surja;
- equilibrio en las características del trabajo a realizar, el cual debe estar al alcance de los trabajadores;



ISSN: 2448-6574

- la presión en la competición interfiere en la creatividad;
- los educadores que promueven la creatividad tratan a los alumnos como individuos, fomentan la independencia y sirven de modelos para roles creativos;
- los entornos que facilitan la creatividad se caracterizan por una buena dirección. Ésta establece metas, evita distracciones y no es demasiado estricta. Además, dispone de recursos suficientes: estimulación de nuevas ideas, colaboración entre las divisiones del trabajo, si las hubiere, reconocimiento del trabajo creativo, disponer de tiempo para pensar, existencia de problemas desafiantes o sentido de urgencia de que el trabajo sea realizado;
- las sociedades que estimulan la creatividad apoyan el trabajo creativo, por lo que están abiertas a los estímulos culturales. (García Calero & Estebaranz García, 2005, págs. 22-23)

Y es que sin ese ambiente que promueva la creatividad, difícilmente lograremos un desarrollo de la misma. La evaluación de la creatividad se pone como un elemento esencial para tomar conciencia de los avances que se suscitan en la mente sobre los procesos creativos, y si bien es un proceso por sí mismo bastante complejo, existen estrategias que permiten con “cierta” facilidad realizar una evaluación sobre el pensamiento creativo y que puede ser llevado al nivel superior por sus características (Romo, Benlliure, & Sánchez-Ruiz, Test de creatividad infantil, 2008).

Uno de los problemas a enfrentar la evaluación de la creatividad desde el punto de vista del docente es comprender la poca funcionalidad de colocar una calificación, sobre todo porque no todos los estudiantes son creativos de la misma manera. (Eisner, 1966)

Retomando las ideas anteriores sobre las características de la creatividad se propone una rúbrica como auxiliar para lograr dicho fin, considerando únicamente los elementos más básicos, dependiendo de la posibilidad docente: (Educar Chile, s.f.)

Criterios/ niveles	5	4	3	2	1
	El trabajo es extraordinariamente creativo	El trabajo es muy creativo	El trabajo es creativo	El trabajo es algo creativo	El trabajo no es creativo

Originalidad	El trabajo muestra una gran cantidad de ideas que son inusuales, infrecuentes, no banales ni obvias.	El trabajo muestra algunas ideas que son inusuales, infrecuentes, no banales ni obvias.	El trabajo muestra al menos dos ideas que son inusuales, infrecuentes no banales ni obvias.	El trabajo muestra al menos una idea inusual, infrecuente, no banal ni obvia.	El trabajo no muestra ideas originales
Fluidez	El trabajo presenta un gran número de ideas novedosas, llamativas y muy eficaces.	El trabajo presenta algunas ideas novedosas, llamativas y eficaces.	El trabajo presenta al menos dos ideas novedosas, llamativas y eficaces.	El trabajo presenta al menos una idea novedosa, llamativa y eficaz.	El trabajo no presenta ideas novedosas, llamativas y eficaces.
Flexibilidad	El trabajo presenta una gran variedad de ideas	El trabajo presenta alguna variedad de ideas	El trabajo presenta al menos tres ideas	El trabajo presenta al menos dos ideas	El trabajo no presenta variedad de ideas
Elaboración	El problema ha sido elaborado con imaginación para permitir una solución convincente y poderosa.	El problema ha sido elaborado con algo de imaginación para permitir una solución convincente y poderosa.	El problema ha sido elaborado completando al menos una idea convincente y poderosa.	El problema ha sido elaborado pero sin ser completado de manera convincente ni poderosa.	El problema no ha sido elaborado hasta ser completado.

Conclusiones

La creatividad como un elemento importante dentro del quehacer universitario debe ser trabajada más allá del discurso y de la simple promoción de técnicas o estrategias, sino en la búsqueda de una evaluación que pueda ser auxiliar para mejorar la capacidad creativa de los alumnos más allá de los estándares de acreditación, siendo ajustadas a cada una de las disciplinas en concordancia con el campo de trabajo; así mismo, generar procesos de formación de docentes que capaciten a los maestros a ser promotores de la creatividad, complementando la evaluación con la autoevaluación de los propios estudiantes, llevando un registro detallado de las observaciones y una profunda reflexión del proceso.

Bibliografía

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. (2013). Plan de Desarrollo Institucional, Gestión 2013-2017. Puebla, Puebla, México.



ISSN: 2448-6574

Csikszentmihalyi, M. (1988). *Creatividad. El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención.* (J. P. Tosaus Abadía, Trad.) Barcelona: Paidós.

Educar Chile. (s.f.). *Evaluación para el aprendizaje.* Recuperado el Junio de 2016, de Evaluación de la creatividad: http://ww2.educarchile.cl/UserFiles/P0001/File/Documentos_Evaluacion2012/Evaluacion_de_la_creatividad.pdf

Eisner, E. (1966). *A Typology of Creative Behavior in the Visual Arts.* Waltham, Massachusetts: Blaisdell Publishing.

Frega, A. L. (2009). *Creatividad y educación musical.* *Revista Creatividad y Sociedad*(10), 9-31.

Fundación Neuronilla para la Creatividad e Innovación. (2011). *Fundación Neuronilla para la Creatividad e Innovación.* Obtenido de *Técnicas de Creatividad para la Innovación:* <http://www.neuronilla.com/desarrolla-tu-creatividad/tecnicas-de-creatividad.html>

García Calero, P., & Esteban García, A. (2005). *Innovación y creatividad en la enseñanza musical.* Barcelona: Octaedro.

Gardner, H. (2011). *Mentes Creativas. Una anatomía de la creatividad.* (J. P. Tosaus Abadía, Trad.) Barcelona: Paidós.

Guilford, J. P. (1980). *La Creatividad.* En A. Beaudot, *La Creatividad* (págs. 19-34). Madrid: Narcea.

Hargreaves, D. J. (1998). *Música y desarrollo psicológico.* (Frega, A. L., Grotzer, D. , & Musumeci, O., Trads.) Barcelona: Graó.

López de la Llave, A., & Pérez, M. (2006). *Psicología para intérpretes artísticos.* Madrid: Thomson / Paraninfo.

López Pérez, R. (1999). *Prontuario de la Creatividad.* Recuperado el 24 de Febrero de 2015, de <http://mcomudd.files.wordpress.com/2008/01/r-lopez-prontuario-creatividad.pdf>

Osborn, A. (1953). *Applied imagination.* New York: Charles Scribner's Sons.

Romo, M. (1997). *Psicología de la creatividad.* Barcelona: Paidós.



ISSN: 2448-6574

Romo, M., Benlliure, A., & Sánchez-Ruiz, M. J. (2008). Test de creatividad infantil. Madrid: Tea Ediciones.

Torrance, E. P. (1966). The Torrance Test of Creative Thinking. Princeton, NJ: Personnel Press.

Torrance, E. P. (1970). Desarrollo de la creatividad del alumno. (S. R. E., Trad.) Buenos Aires: Centro regional de ayuda técnica.

Vigotsky, L. S. (2008). Voobrazheniye y tvorchestvo ve detskom vozraste (La imaginación y la creatividad en la edad infantil=). Moscú: ACT MOSKVA.

Waisburg, G., & Erdmenger, E. (2008). El poder de la música en el aprendizaje: cómo lograr un aprendizaje acelerado y creativo. Ciudad de México: Trillas.