

La creatividad y la tendencia en pruebas de creatividad

[Creativity and trends in Tests of Creativity]

Bernarda Elisa Pupiales Rueda¹

Sonia Riveros Suárez²

Raúl Romero Medina³

Resumen. El propósito del artículo es presentar el resultado de una investigación sobre la creatividad y las diversas pruebas utilizadas, tanto para medirla, como para identificarla. El estudio se realiza en dos perspectivas: por un lado, se llevó a cabo la revisión de las pruebas postuladas a partir del año 1950; y, por el otro, a partir de la indagación, para comprender, asumir e identificar la importancia del ser o no ser creativo, para lo cual se aplicó una encuesta sobre creatividad a los estudiantes del Grado de Diseño de Moda, un título oficial impartido por la Escuela Universitaria de Diseño, Innovación y Tecnología (ESNE), centro adscrito a la Universidad Camilo José Cela de Madrid, España. En conclusión, la Prueba de Imaginación Creativa (PIC) es la más completa propuesta hasta el momento, por su versatilidad y porque permite aplicarse en contextos educativos formales y no formales y, además, porque ella recoge elementos validados desde la práctica de otras pruebas. Puede aplicarse a niños, adolescentes y adultos.

Palabras Clave: Creatividad, Tendencias, Validación.

Clasificación JEL: I00

Abstract. The purpose of the paper is to present the results of research on creativity and the various tests used to measure it so as to identify it. The study was done in two perspectives: first, it conducted a review of the evidence postulated from the year 1950; and, secondly, from the inquiry, to understand, assume and identify the importance of being or not being creative, for which a survey on creativity was applied to students in Grade Fashion Design, an official title given by College of Design, Innovation and Technology, affiliated to the University Camilo José Cela in Madrid, Spain.

In conclusion, the PIC Test is the most comprehensive proposal to date for its versatility and because it allows to apply in formal and non-formal education and also because it can collect validated elements from the practice of other test items. It can be applied in children, adolescents and adults.

¹ Ph. D. Ciencias de la Educación. Universidad Complutense de Madrid-España. Investigadora Universidad de Lisboa, Portugal; e-mail: elisapupiales@gmail.com

² Máster en Neuropsicología y Educación. Universidad Internacional de la Rioja – España; e-mail: soniariveros@hotmail.com

³ Ph. D. Historia del Arte. Escuela Universitaria de Diseño, Innovación y Tecnología (ESNE). Madrid-España; e-mail: raul.romero@esne.es

Key Words: Creativity, Trends, Tests, Validation.

JEL Classification: I00

Introducción

La creatividad está implícita en todos los ámbitos de la vida; de ahí la importancia para fortalecerla, desarrollarla y valorarla en los distintos ámbitos del saber, del arte y la filosofía. Para un buen porcentaje de los seres humanos y animales, los obstáculos desencadenan la búsqueda de estrategias multidisciplinares para buscar posibles soluciones en situaciones límite o problemáticas, como lo hicieron nuestros antecesores. La creatividad debe ser el primer peldaño para repensar el paso por la historia, ya que de dicho recorrido dependen aspectos que tienen que ver con la supervivencia de la especie.

El concepto de creatividad se ha abordado desde diferentes perspectivas, lo cual ha generado gran número de teorías, a veces contradictorias entre sí, y otras válidas para tenerse en cuenta. Desde el punto de vista etimológico, la palabra creatividad viene de los términos latinos *creatio* y *creare*. El Diccionario de la Real Academia Española la define como “*capacidad para crear*”.

La Edad Media cristiana utilizó este concepto en unos términos muy parecidos a los actuales, si bien relacionado con la creación del universo, que hizo Dios a partir de la nada. Los cambios que se producen en el siglo XVII hicieron que se relacionara con la producción artística; el siglo XX ya lo situó como una capacidad innata del individuo, desarrollada en todos los ámbitos culturales; por tanto, esta es la hipótesis de partida.

El interés por el estudio de este campo se inicia con Guilford (1950), quien estableció tres líneas de investigación: la primera, en relación con las características comunes a las personas creativas; la segunda, en la que señala los pasos y los procedimientos del proceso creativo y, la tercera, en la que reflexiona sobre el desarrollo de estrategias y técnicas para promover la creatividad; sus trabajos le permitieron establecer una teoría que sostiene un modelo estructural sobre la inteligencia, en la que identificó las aptitudes, con base en parámetros de estímulo, de proceso y de respuesta.

En este sentido, el autor ubicó las aptitudes relacionadas con la creatividad en las operaciones y en los productos: las primeras aluden a la producción divergente, y los segundos a las transformaciones. En definitiva, sus investigaciones no sólo activaron el interés por la creatividad, sino también iniciaron el proceso para su evaluación.

La creatividad es tan innata que se lleva desde el vientre materno.

Estudiante, de la Escuela Universitaria de Diseño, Innovación y Tecnología, del centro Universidad Camilo José Cela, de Madrid (2013)

Metodología

Este artículo presenta los resultados de una investigación sobre las principales pruebas de creatividad existentes, para lo cual se hizo una revisión bibliográfica de las propuestas en los últimos diez años. Igualmente, se llevó a cabo una revisión bibliográfica sobre textos y artículos orientados a describir el proceso y la aplicación de algunas de las principales pruebas de creatividad; en general, las últimas tendencias para medirla. Se identificaron las pruebas de creatividad que cumplen con los siguientes parámetros: versatilidad, flexibilidad, menor nivel de dificultad y adaptabilidad, y accesibilidad, entre otros.

Finalmente, se ha utilizado una metodología cualitativa, con un diseño hermenéutico, para lo cual se implementó una indagación sobre la importancia de la creatividad, con los estudiantes del Primer Grado de Diseño de Moda, de la Escuela Universitaria de Diseño, Innovación y Tecnología, centro adscrito a la Universidad Camilo José Cela de Madrid, España. Se ha seleccionado un número de 25 estudiantes de primer de Grado, de un total de 38 (Ver anexo). Finalmente, se realiza el análisis, la indagación y se perfilan las conclusiones sobre el tema.

De las respuestas se han extractado testimonios, que acompañan el artículo.

Crear lo que se tiene dentro de sí.
(Estudiante ESNE (2013)).

La creatividad y la evolución humana

No son las carreras las que tienen salidas, sino las personas.
Estudiante ESNE, de Madrid (2013).

Primero está el hombre y la necesidad de sustento, cobijo, protección y afecto en un entorno hostil con pocas posibilidades de supervivencia. Se puede afirmar que las múltiples necesidades transformaron procesos que perfeccionaron técnicas, afinaron diseños y lograron construcciones que establecieron un antes y un después en la acción del hombre también sobre la naturaleza. El paso del *australopithecus* al *homo habilis* y al *homo erectus* generó otras necesidades; el cambio de postura física generó el cambio de hábitos alimenticios y del consumo de raíces y plantas se pasó al consumo de proteína, lo cual permitió erguir el cuerpo y caminar únicamente sobre las extremidades inferiores. La caza se hizo necesaria y fue una solución posible a la acuciante necesidad de proteína, pero el animal sabía escaquearse, entonces se requirió fabricar utensilios de piedra.

La materia prima abundó en el entorno de tal manera que la creatividad permitió pensar y actuar para dar un valor agregado al material. En esta medida, se dan cita el *homo faber* y el *homo sapiens*; pensar creativamente giró en torno a hacer frente a

las inclemencias del tiempo, el reinventar una segunda piel, un accesorio nuevo; se dio paso así al vestido y con él surgió la moda; vestirse no sólo fue una solución, sino también el símbolo del ingenio.

El ingenio para la caza fue un evento nuevo; el hombre perfeccionó y desarrolló la capacidad de intuir las posibles dificultades en el quehacer; creó trampas, utensilios, redes y, finalmente, corrió tras la presa para llevar sobre sus hombros el trofeo como símbolo de la batalla por la vida. A la construcción de herramientas para la caza y la recolección, le precedió la preparación y conservación de los alimentos. Se puede afirmar que, después de estos dos procesos, se desencadena una serie de eventos que evidencian la fortuna de un hombre hecho para pensar y actuar, para tomar decisiones y materializar su paso por las diversas etapas y espacios del tiempo.

Después de la lucha por la supervivencia y de lograr dar respuesta a las necesidades vitales, de protección, alimento y abrigo, se evidencia la necesidad por la representación: el hacer posible la imagen a partir del pictograma se convirtió en un acto creativo. Se identifica el primer peldaño hacia la representación; es decir, mostrar, de manera original y creativa, todo cuanto ha sido importante y trascendental en la vida.

Se percibe, así, que el hombre no sólo crea en cuanto a lo material; el proceso de la vida y de la muerte continúa siendo un interrogante; se crea también el significado; el hacer frente a la muerte, tanto desde la perspectiva material, como psicológica, lo que desencadenó la creación de símbolos con el objetivo de conservar la memoria de las personas fallecidas y guardarlas en el recuerdo, mantenerlas en el pensamiento y hasta evocarlas, lo que proporcionó la posibilidad del no olvido. Dicho proceso mental y material reestructura la estabilidad después de la pérdida, según Cyrulnik (1999).

Así, se percibe que la creatividad y el arte le posibilitan al hombre estrategias para superar el dolor y para hacer posible un tipo de relación entre lo real y lo imaginario y percibir la muerte como un evento consustancial a la vida, hecho que lo sitúa en la etapa del descubrimiento del ritual, que marca un antes y un después, con un significado individual y colectivo, en este caso a través de la utilización de elementos que procuran el espacio mental y material que rodea el significado de la muerte.

En el caso del estudio de las tumbas, el ajuar constituye el símbolo de aquello que tuvo significado; el ritual gira en torno al colectivo, a creencias y a representaciones; la orientación hacia la creencia da inicio a la fe y surge, entonces, la idea de la eternidad como una forma de concebir una espiritualidad posible, que mitiga la angustia. Inicia el mundo de los chamanes, en la etapa del *australopithecus*, hace unos 8000000 de años.

Como se ve, la creatividad suscita y estimula la solución a las dificultades que rodean al hombre y le impele a reinterpretar el entorno; es un valor innato; sin embargo,

varios estudios aseguran que no todas las personas con coeficiente intelectual normal o superior son creativas, ni todas las personas creativas son inteligentes; esto puede darse, mas no es una relación de correspondencia. A pesar de ello, es posible el desarrollo y el fortalecimiento de la creatividad a través de ambientes óptimos y de estrategias pedagógicas que la estimulen, la hagan despertar, la lleven a la práctica y la piensen posible.

Varios estudios concuerdan en que, para generar conductas creativas, se debe fortalecer algunos valores, tales como: la sensibilidad, la intuición, la autoconfianza, el trabajo por procesos y colaborativo, la autodisciplina y la relación de saberes o interdisciplinariedad, entre otros.

Al éxito no lo condiciona nada, ni si quiera la creatividad.

Estudiante Escuela Universitaria de Diseño, Innovación y Tecnología, centro Universidad
Camilo José Cela de Madrid (2013)

¿Es necesario ser creativo?

Una persona creativa diseña con su alma.

Estudiante de ESNE (2013)

La creatividad se suscita en todos los contextos, llámense educativos, empresariales, laborales y/o familiares, ya que permite otras formas de reflexión para la búsqueda de solución al hecho que se trata; se considera cuando el objeto de estudio, de investigación, de formación, e incluso cuando él o la persona objeto del afecto da muestras de cambio, es decir, cuando el hombre atraviesa por momentos de incertidumbre. El proceso sucumbe al análisis, a la reflexión y a la planeación, lo cual suscita nuevas posibilidades, formas o modelos a partir de los cuales abordar, dinamizar, transformar, concebir, percibir el problema o tema para lograr no sólo una sino un sinnúmero de soluciones, en las que habrá una que posiblemente se advierta como la solución más adecuada.

En algunos casos, el ser creativo no llevará a la solución total, pero sí a un cambio de actitud frente al problema, y si la solución no acontece cabe la opción de que deje de percibirse como un problema. Ser creativo es un valor añadido; el creativo, aunque no se lo proponga, despuntará tanto en lo científico, lo filosófico, lo tecnológico y artístico; no obstante, aún hay un camino por recorrer para que, desde el ámbito educativo y social, trascienda la idea de que la creatividad es un valor innato al hombre y que es necesario ofrecer condiciones y espacios para fortalecerla, estimularla y desarrollarla desde las primeras y hasta las últimas etapas de la vida, según señala Franco (2009).

En la actualidad, diversos factores orientan y estimulan el ser creativo. En tiempos de crisis y de transformación, las situaciones conllevan la búsqueda de diversas

perspectivas para asumir la vida, el mundo del trabajo y las etapas del hombre; al retomar un tema, o una situación y replantear la ruta, la forma e incluso la perspectiva desde la cual se percibe, logra la transformación y la apertura mental del individuo.

En el entorno de la ciencia, Medina (2005) expone cómo varios autores, entre ellos algunos científicos, opinan que la creatividad no pertenece exclusivamente al mundo artístico. Las etapas del proceso creativo son un punto clave para las ciencias cognitivas. Las nuevas teorías requieren que el pensamiento creativo sea mucho más que lógica. La inteligencia (analítica y práctica), el conocimiento, la imaginación y el pensamiento colectivo se hacen imprescindibles, primero para formular las nuevas ideas y, luego, para demostrarlas.

Sí, por crear algo valioso, aportando valor a algo ya existente.
Estudiante ESNE. Centro de Universidad Camilo José Cela de Madrid (2013).

La creatividad y el proceso educativo

El compromiso hace referencia a dotar a la educación de una verdadera motivación por el conocimiento, por la investigación, por un desempeño creativo e innovativo, base de toda propuesta coherente con la formación de los ciudadanos del siglo XXI.

E. Pupiales Rueda (2012, p. 126).

El ámbito de la educación debe generar condiciones para que el estudiante fortalezca y desarrolle la perspectiva creativa, para lo cual es necesario dotarlo de herramientas y estrategias para crear confianza en sí mismo y para que se perciba como un ser capaz de generar soluciones, posibilidades, perspectivas y acciones creativas. En esta medida, el cambio se suscita en la medida en que el docente posibilita la expresión creativa, deja explorar materiales, estimula la capacidad de asombro, motiva el fortalecimiento de la sensibilidad e, igualmente, acepta la heterogeneidad y la diversidad del aula como hecho inherente a la especie humana, y no como un problema o circunstancia adversa.

Debido a la diversidad cultural y de pensamiento dentro del aula, se generan múltiples formas para abordar la vida. El aula debe gestar nuevas ideas para transformar la percepción de los futuros profesionales, que alimentarán más adelante a la sociedad del conocimiento. Los estudiantes de hoy son los futuros pensadores y hacedores de la ciencia, el arte y/o la filosofía, y el estímulo de la creatividad inicia desde los primeros años de vida. La creatividad no se enseña; se explora, se estimula, fortalece y desarrolla a través de un proceso permanente, y debería ser un valor transversal para fortalecerse a partir de todas las asignaturas, etapas y ámbitos del saber.

Entre las estrategias pedagógicas que con mayor acierto generan conductas creativas, se encuentran: el aprendizaje por preguntas, a través de problemas, el

trabajo cooperativo, el trabajo en equipo, la monitorización entre pares, la lluvia de ideas, los talleres de creatividad usando materiales en desuso, buscar nuevos usos a elementos cotidianos, entre otros, estrategias que tienen en común la posibilidad de buscar y encontrar soluciones desde distintas perspectivas y desde un pensamiento interdisciplinar sobre el saber. La creatividad, en este caso, posibilita ampliar la visión del ámbito de trabajo y, a la vez, genera nuevas formas y modelos pedagógicos para asumir el conocimiento. El ámbito de la formación es un proceso que lleva implícita la búsqueda de nuevos escenarios, para responder a los retos y a nuevos acontecimientos en los distintos entornos.

Desde la primera infancia, se deben generar condiciones para explorar los diversos lenguajes de la expresión, creando canales para que la creatividad se expanda, se exprese, surja y sea posible. La escuela debe generar espacios para que el niño aborde la búsqueda de soluciones reflexionadas y consensuadas a los interrogantes que se generan en las diversas asignaturas; el docente debe motivar, estimular el pensamiento divergente, a partir del cual se inicia el proceso para ser original. ¿Cómo?, desde las preguntas, desde el mundo de la imaginación y desde la exploración del aprendizaje a través de los múltiples sentidos e inteligencias, como lo señala Gardner (2005).

Otro aspecto que se debe desarrollar y fortalecer, para que aflore la creatividad, es el pensamiento divergente, que se identifica como una posibilidad de encontrar respuestas desde otras perspectivas, lo cual conlleva ser original, según dicen Artola y otros (2011). Pensar diferente y actuar de acuerdo a las convicciones es un reto; sin embargo, la sociedad estipula un camino, un recorrido igual; es decir, limita dicha posibilidad; en general, prevalece el miedo al cambio, al pensamiento diferente, a actuar con originalidad.

El testimonio de un buen porcentaje de profesionales de éxito, científicos destacados, docentes de excelencia, identifica que tomar rutas diferentes a las habituales genera nuevos caminos, y allí radica el éxito de su propuesta. En el ámbito de la formación superior, la creatividad debe estimular procesos de innovación pedagógica, a través de la reflexión en la acción, como característica inherente a la actividad superior y como posibilidad para avanzar hacia una pedagogía activa, que motive y oriente hacia la ciencia, tanto para conocerla, como para producirla.

En esta medida, es necesario que el docente perciba el desarrollo profesional como un reto de la enseñanza para el siglo XXI. La formación universitaria deberá propiciar espacios para el debate y la reflexión con una visión multidisciplinar, capaz de asumir la relación del saber con el entorno, a través de una perspectiva que haga posible la adecuada convivencia entre sujetos diversos, con diferente forma de pensar, para lo cual se requiere un adecuado desarrollo y fortalecimiento de habilidades y competencias, tanto en la propia disciplina como en las adyacentes; es necesario lograr que converjan en la misma aula; desarrollo y fortalecimiento de pensamiento creativo, competencias, habilidades y pensamiento crítico constituyen un reto.

Se considera que la formación de los profesionales del siglo XXI deberá tener en cuenta las demandas científicas, sociales y culturales del entorno, para las cuales la universidad revierte la producción de bienes materiales e inmateriales, alejada, eso sí, del término *producción*, como concepto instrumental; es preciso entenderlo más bien como el aporte que la sociedad espera de ella. Pupiales (2012) establece que “el Código Clásico, inspirado por los griegos, incluye asignaturas para el mantenimiento físico, la formación intelectual y estética. La validez radicó en su esencia pedagógica” (p. 135).

La formación para la creatividad inicia con el fortalecimiento de la sensibilidad, que permite identificar las dificultades, los atascos, la no correspondencia, o la falta de complementariedad o de relación sobre determinado tema, para luego encaminar la reflexión hacia la posible solución. Por otro lado, la flexibilidad propicia diversos matices, posicionamientos y posibilidades, desde las cuales se evidencia la solución o propuesta.

Cabe anotar que los diseñadores y trabajadores del arte dan cuenta de este proceso, puesto que la obra, o el resultado final, surge de varias ideas, infinidad de momentos de incertidumbre, múltiples intentos, y no sólo es el resultado de un solo intento. Cada obra requiere, al igual que una investigación, de varias horas de dedicación, reflexión y compromiso; es decir, es el resultado de un proceso. En el afán por mejorar el tema o problema, sea educativo, artístico, empresarial, e incluso afectivo, la originalidad y creatividad se vislumbran como la puerta abierta y posible a todas y todos.

Ser creativo es un reto permanente; construir el puente entre la formación y la creatividad requiere una reflexión en la acción, con una perspectiva multidisciplinar de la ciencia, la filosofía y el arte. Para Elisondo y Donolo (2011) la creatividad se podría considerar como una característica personal, que debería analizarse como un proceso, que dependería, por un lado, de las peculiaridades que presenten los sujetos y, por otro, de las condiciones del entorno en el que se desarrolla, además de las de las interacciones que se produzcan con otros y con los objetos.

En este caso, pensar la creatividad, como un valor agregado a la formación de los profesionales del nuevo siglo, orienta el compromiso para generar espacios, tanto físicos como psicológicos, para replantear, desde las diversas áreas del saber, la búsqueda de soluciones a los interrogantes del planeta, interrogantes que giran en torno a cuatro ejes: la construcción de la paz como proyecto de nación, que, además, sea sostenible; la interculturalidad; el desarrollo sostenible, o la producción más limpia, y un sistema económico igualitario y no excluyente. En estos ejes, la creatividad se erige como aspecto que motiva el camino hacia la búsqueda de nuevas formas de percibir la vida y el entorno.

Sobre el valor de la imaginación, Borjas y de la Peña (2009) corroboran la valía que la facultad humana alcanza, tanto en el campo riguroso como en el campo metódico de la ciencia, a pesar de lo cual la escuela y las instituciones educativas en general, hasta cierto punto, han favorecido el conocimiento analítico y lógico.

Para generar una educación para la creatividad, es necesario identificar que el aporte proviene a partir de la Psicología; entre los principales estudios se encuentran: la teoría de las inteligencias múltiples Gardner (2005), en las que se percibe la relación entre creatividad y autorrealización, y entre inteligencia y creatividad (Sternberg y Lubart 1997), y el estudio de los mecanismos que participan en el acto creativo (Corbalán, 2003). Los referentes dejan entrever la trayectoria de un ámbito que, a partir de los años cincuenta, constituye una posibilidad para generar un buen número de investigaciones.

Para Franco (2009), todo proceso que permite la fluidez mental debe ineludiblemente traer consigo una apertura hacia el proceso creativo, con lo cual tanto la meditación, los estados de conciencia acrecentados, como otras técnicas planteadas desde la búsqueda de la fluidez, llevarán a una condición de apertura, de tal manera que la creatividad y la innovación podrán surgir por sí solas, sin esfuerzo, ni dedicación consciente o deliberada.

La sensibilidad, la expresión y la creación son elementos inherentes a todas las culturas; abrir espacios para compartirlos es uno de los objetivos pendientes.

Docente Programa Licenciatura Artes Visuales. Pupiales (2012, p. 131).

A continuación se describen las principales pruebas de creatividad.

PRINCIPALES PRUEBAS PARA MEDIR LA CREATIVIDAD

Valoro la creatividad como una oportunidad para el éxito personal y profesional.

Estudiante ESNE. Centro de Universidad Camilo José Cela de Madrid (2013)

Las pruebas posibilitan conocer el nivel de creatividad; los test presentan diversos modelos: algunos se realizan a partir de preguntas concretas, otros a partir de juegos o ejercicios de complementación gráfica. Lo común, entre las pruebas, lo constituyen las diferencias en el nivel de dificultad que presentan, según la edad a la que se aplican.

A partir de los años 50, creció el interés por el tema; desde entonces, son varios los estudios develados en torno a ella, que se refieren a las condiciones para generarla, los medios que la posibilitan y las estrategias para desarrollarla y fortalecerla. Los estudios identifican conductas y características que marcan e identifican a los seres creativos y se llevan a cabo desde diversas perspectivas; entre los principales: Elisondo y Donolo (2011), la estudian como un valor de la imaginación; Borjas y de la Peña (2009), y Gardner (2005), orientan sus trabajos a identificar que es posible expresarla desde diversos canales, denominados inteligencias múltiples; Franco (2009) la considera posible a partir de estimular la fluidez mental, que debe ineludiblemente traer consigo una apertura hacia el proceso creativo.

En el caso de la prueba PIC, las variables que se consideran en el estudio giran en torno a “la fluidez de ideas, la flexibilidad del pensamiento, la originalidad de las producciones, la elaboración de las respuestas y el uso de detalles creativos, como el color, las sombras, la expansividad”, según señalan Artola y otros (2004).

Dada la importancia y trascendencia que hace unos años comparte con la inteligencia, la creatividad se ha medido y evaluado a partir de diversas pruebas. Entre las más conocidas y validadas en varios contextos se encuentran: La prueba o el test de creatividad de Guilford (1950), el Test de Wallach y Kogan (1965), el Test de Getzels-Jackson (1962), el Test de Torrance (1966), el TAEC (de la Torre, 1996), que igualmente evalúa la creatividad a través de la producción gráfica, y la Prueba CREA (Corbalán y otros, 2003).

Aunque, en el ámbito de la creatividad, el número de publicaciones es reducido, se encuentra variedad de tópicos y perspectivas desde las cuales se investiga y propone el tema. Se encuentran diversos resultados, según la aplicación de instrumentos de evaluación utilizados en poblaciones de estudio definidas. En este campo, se encuentra a: de Carpio y otros, 2006; Jiménez y otros, 2006; Miller y Tal, 2007; Prado, 2006; Preckel y otros, 2005. Desde la perspectiva de la creatividad como terapia: Sánchez, 2003; Ávila y Acaso, 2011; Quiroga, 2010, y Belver, 2011; en cuanto a alternativas para mejorar los niveles de creatividad, se encuentra a: Franco, 2009; y en cuanto a la creatividad como eje transversal de la formación: Donolo y Rinaudo, 2008.

Como uno de los principales resultados de la tendencia en pruebas de creatividad, se ha encontrado la prueba PIC, propuesta por Artola y otros (2004) y validada en contextos educativos en diferentes niveles. Lo interesante de ella es que se construyó recogiendo ideas de pruebas propuestas por otros autores. Según el análisis desarrollado, cumple con un alto nivel de fiabilidad, lo que posibilitó decantarse por ella, para identificarla como la más completa en cuanto a modelo y a la versatilidad de su aplicación, incluso en contextos no educativos.

Se prevé la necesidad de lograr que el currículo se transforme y logre, entre otros aspectos: la apertura, la flexibilidad, la innovación, y no la homogeneización del pensamiento a través de la formación.

Pupiales Rueda (2012, p. 124).

A continuación se describe el proceso de la prueba.

LA PRUEBA PIC: Prueba de Imaginación Creativa

Esta prueba, de Artola y otros (2004), se ha diseñado a partir de ejercicios de narrativa/verbal y figurativa o gráfica. En ella, se consideran diversas variables, tales como: la fluidez de ideas, la flexibilidad del pensamiento, la originalidad de las producciones, la elaboración de las respuestas y el uso de detalles creativos, como el color, las sombras, la expansividad, según señalan Artola y otros (2004).

En este caso, el análisis de los resultados proporciona la identificación de variables en las respuestas, que sirven como referentes en torno al pensamiento divergente o creativo.

La prueba consta de tres versiones: La PIC-N, para edades comprendidas entre los 8 y 12 años; la PIC-J, para edades entre los 12 y los 18 años, y la PIC-A, para edades de más de 18 años.

La capacidad de ensoñación es común a las personas creativas.
Estudiante Escuela Universitaria de Diseño, Innovación y Tecnología,
centro Universidad Camilo José Cela de Madrid (2013)

Descripción

La Prueba consiste en la realización de ejercicios de complementación de dibujos o gráficos previamente diseñados y propuestos para que los estudiantes los completen; ellos deben aportar todas las ideas necesarias para que el dibujo resulte interesante. La prueba evalúa la creatividad a partir del uso que el individuo hace de su imaginación. Consta de cuatro ejercicios: los tres primeros evalúan la creatividad verbal o narrativa, el cuarto evalúa la creatividad gráfica.

Ejercicio 1. En este ejercicio, a partir de una situación que aparece reflejada en un dibujo, el individuo tiene que escribir todo aquello que pudiera estar ocurriendo en la escena. El estímulo presentado varía en función de la versión de la PIC de la que se trate: en la PIC-N: Un chico abriendo un cofre, y en la PIC-J: Un chico y una chica en un lago; en la PIC-A, se presenta una escena ambigua en la calle, en la que aparecen varios personajes. Este juego le permite a la persona expresar su curiosidad e imaginación y se ha incluido para explorar la capacidad para formular hipótesis y pensar en términos de lo posible. La prueba permite expresar la curiosidad y actitud especulativa; la capacidad de ir más allá de la información proporcionada por el estímulo, al plantear distintas posibilidades con respecto a lo que se imagina que ocurre en la escena.

Ejercicio 2. Este ejercicio consiste en una prueba, en la cual se debe elaborar un listado de usos posibles de un objeto, según Artola y otros (2004). En este caso, es: “Usos de un tubo de goma”; en este ejercicio o subtest, el estímulo presentado es el mismo en la PIC-N, como en la PIC-J y la PIC-A.

Esta prueba se incluye como una medida de la capacidad de los individuos para liberar su mente y pensar de forma poco convencional; permite evaluar la capacidad de “redefinición” de los problemas: es decir, la capacidad para encontrar usos, funciones y aplicaciones diferentes de las habituales; de agilizar la mente y de ofrecer nuevas interpretaciones o significados ante objetos familiares, para darles un nuevo uso o sentido. Los sujetos pueden utilizar el número y tamaño de tubos que quieran. Al igual que en el primer ejercicio, hay una lista de 1 a 38, y se empieza por un ejemplo.

Ejercicio 3. El ejercicio plantea someter a los sujetos a situaciones inverosímiles. La situación planteada varía en función de la versión de la PIC: en la PIC-N, la situación planteada es la siguiente: “Imagínate qué ocurriría si cada ardilla, de repente, se convirtiera en un dinosaurio”; en la PIC-J, la situación planteada es: “Imagínate qué ocurriría si el suelo fuera elástico”; en la PIC-A: “Imagínate que ocurriría si no dejáramos de recordar”. El ejercicio evalúa el aspecto fantasioso de la imaginación. Esta forma de pensamiento parece muy importante en el comportamiento creativo.

A través de este ejercicio se identifica la capacidad de fantasía y la facilidad para manejar ideas poco convencionales, que probablemente el sujeto no se atrevería a expresar en situaciones más serias, así como la apertura y receptividad ante situaciones novedosas. Es interesante la forma en que la prueba permite evaluar la capacidad de “penetración” del sujeto o capacidad de profundizar sobre las experiencias. Algunas de las consecuencias de la situación presentada son obvias y sencillas de descubrir, mientras que otras, más remotas, requieren una mayor profundización en la materia.

Ejercicio 4. Este ejercicio es una prueba de imaginación gráfica, inspirada en los ítems del Test de Torrance (1966), según Artola y otros (2004); en ella, el sujeto debe completar cuatro dibujos a partir de unos trazos dados y poner un título a cada uno de ellos. Según los autores, las figuras incompletas utilizadas en el juego cuatro se han seleccionado, tras la presentación de varias figuras a una muestra de personas consideradas como muy creativos (incluidas en un programa para individuos superdotados), seleccionando aquellas cuatro que resultan más sugerentes para ellos. La única premisa, antes de iniciar la prueba, es solicitarles que intenten realizar un dibujo que ninguna otra persona pudiera imaginar; igualmente, las respuestas deben aportar todas las ideas necesarias para que el dibujo sea interesante.

Es un proceso mental.

Estudiante Escuela Universitaria de Diseño, Innovación y Tecnología,
centro Universidad Camilo José Cela de Madrid (2013)

A continuación, se presenta el resultado de la segunda parte de la investigación, que se orienta a identificar el concepto de creatividad que tienen los estudiantes del Grado de Diseño de Moda, de ESNE, Escuela Universitaria de Diseño e Innovación, adscrita a la Universidad Camilo José Cela de Madrid.

TEST DE CREATIVIDAD EN LA ESCUELA UNIVERSITARIA DE DISEÑO, INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA (ESNE)

Como hemos señalado, en el test han participado estudiantes de primer curso del Grado de Diseño de Moda, que tienen contacto permanente con procesos de creatividad, encaminados a dar solución a problemas del sector de la moda, lo cual exige una apertura mental y una actitud creativa permanente.

Para recoger la información entre el grupo de 25 alumnos, se utilizó un cuestionario, compuesto de 10 preguntas previamente elaboradas. Para ello, se tuvo en cuenta una serie de categorías deductivas previas, relacionadas con la creencia (define la creatividad), la motivación (¿se considera usted una persona creativa?), características de la creatividad (¿en qué consiste la creatividad?), variables personales (¿considera la creatividad como algo innato a la persona?) y el criterio (¿se considera una persona creativa?). Vamos a analizar los resultados obtenidos.

Conclusiones de la encuesta aplicada a los estudiantes de Primer curso del Grado de Moda

¿En qué consiste, para usted, la creatividad?

La creatividad puede relacionarse con una técnica del pensamiento. El 60% de los alumnos encuestados relaciona la creatividad con la puesta en práctica de la capacidad imaginativa; es decir, con el proceso mental que empieza con imaginar y termina con la creación.

Crear va unido a innovación. Así, el 32% de los estudiantes considera que la creatividad es una forma de marcar la diferencia, de innovar, diseñar, construir una idea, un plan u objeto que se quiere realizar; por último, el 8% relaciona la creatividad con la idea de crear algo nuevo, con la capacidad para proponer nuevas ideas.

¿Se considera usted una persona creativa?

El 92% se considera una persona creativa, frente al 8% que se define como persona creativa en ciertas ocasiones, a veces. Para desarrollar esta capacidad, buscan hacer cosas diferentes e innovadoras, para marcar su diferencia con respecto a los demás. ¿Valora la creatividad como algo de primer orden?

El 64% considera que la creatividad es una necesidad del hombre, pues ayuda a trabajar la emoción; un 32% considera que no es necesaria para el desarrollo de la vida cotidiana y un 4% consigna que depende de las circunstancias.

¿Cree usted que las empresas y las universidades en España deben de incluir mecanismos para fomentar la creatividad?

El 84 % considera que es muy necesario, frente al 16% que dice depender de los entornos.

¿Considera la creatividad como algo innato a la persona?

Aunque, como hemos señalado, se parte de esta hipótesis, el 32 % considera que no es innato, frente al 68% que sostiene nuestra hipótesis inicial. Muchos lo

relacionan con una cierta capacidad espontánea, frente a los que piensan que surge de la pura necesidad; es decir, para suplir algo que falta.

Estas dos preguntas van relacionadas entre sí. Resulta curioso cómo el 100% sostiene que la creatividad es una buena herramienta para el éxito personal, pero que no lo condiciona la creatividad; al menos, así los sostiene el 68% de los encuestados.

¿Qué aspectos son comunes en las personas creativas?

Los aspectos que señalan como más comunes son: la originalidad, la imaginación, la capacidad de soñar, de investigar, de explorar el mundo, entre otros. Este es uno de los aspectos más trabajados por los investigadores, que concluyen que las dos características más comunes son originalidad e imaginación, aunque se señala la perseverancia como estrategia. Esta idea respondería a la pregunta: ¿qué puede potenciar la creatividad?, si bien algunos la defienden como un don nato.

Define creatividad

Todos los entrevistados lo relacionan automáticamente con creación e imaginación, hasta tal punto que la asocian a un proceso mental, una capacidad humana, que tiene como base la imaginación y que se materializa en la creación de un objeto o en la mejora de otro ya existente.

Conclusiones

La creatividad se liga al ser humano en todas las etapas y los aspectos de la vida y no únicamente como resultado y respuesta a las necesidades cotidianas o científicas. En lo cotidiano, se asume para lograr una visión menos compartimentada de la vida; se presenta como un valor innato a la especie humana; sin embargo, debe fortalecerse, desarrollarse y abordarse a partir de estrategias orientadas en la educación formal y no formal; en lo científico, permite visualizar otras formas para abordar las soluciones desde una mirada interdisciplinar del saber.

La historia da cuenta de cómo la creatividad ha sido pieza fundamental para la evolución humana y, a pesar del tiempo, constituye un valor imprescindible para que el ser humano establezca la diferencia en los diferentes ámbitos en los cuales se desenvuelve y lleva a cabo su proyecto de vida.

El componente creativo le ha posibilitado al ser humano satisfacer, en principio, las necesidades básicas y, en la actualidad, necesidades que se enmarcan en diversos ámbitos, tales como: el laboral, el educativo, el filosófico y el psicológico, entre otros.

La educación juega un papel trascendental para fortalecer mentes y actitudes creativas y, en la medida en que la creatividad se implemente como valor transversal

de la formación, se logran mejores resultados. La formación debe gestar el estímulo y el fortalecimiento del pensamiento científico, que se refuerza desde la creatividad.

Las pruebas de creatividad se han ido transformando y el tema ha alcanzado trascendencia desde diversas perspectivas, hasta convertir a la creatividad en un aporte para el desarrollo de la ciencia, el arte y la literatura.

Actualmente, la prueba PIC (Prueba de Imaginación Creativa) permite evaluar la creatividad, a través de diversos ejercicios, propuestos a partir de la narrativa/verbal, figurativa o gráfica; además, es inclusiva porque se ha diseñado para niños (PIC-N), jóvenes (PIC-J) y adultos (PIC-A), lo que permite que la prueba sea versátil, tanto para los individuos a los que se aplica como para las capacidades que mide.

La prueba PIC se ha diseñado para medir la capacidad para formular hipótesis (ejercicio 1), para pensar de manera poco convencional (ejercicio 2), para evaluar la imaginación y fantasía (ejercicio 3), y para evaluar la imaginación gráfica (ejercicio 4).

Debate

La creatividad es un valor agregado a la especie humana y de ella depende, en gran medida, la solución de las dificultades e interrogantes cotidianos y científicos. Es susceptible de desarrollarse y fortalecerse, y el medio familiar y educativo juegan un papel decisivo en dicho proceso.

Se debe hacer hincapié en las dificultades que limitan al individuo para dar rienda suelta a su expresión creativa, entre las cuales se encuentran: familias con dificultades en la comunicación, ambientes de trabajo rígidos y poco flexibles, escuelas rígidas y jerarquizadas, en las que se deben cumplir normas, sin ser consensuadas.

No todos los individuos inteligentes son creativos, ni todos los individuos creativos son inteligentes; sin embargo, ambos espacios se complementan en la medida en que permiten la expresión y la búsqueda de solución a los problemas cotidianos y científicos.

La creatividad tiene un alto componente de intuición y sensibilidad, dos aspectos importantes en el proceso investigativo. La ciencia debe nutrirse del ámbito creativo para lograr la solución a las tensiones y los desafíos científicos; se nutre de la creatividad y todos los demás ámbitos necesitan de individuos y mentes creativas.

Para incentivar la creatividad es necesario crear espacios para reinventar la forma de percibir el entorno; además de desarrollar la sensibilidad hacia el entorno natural y social, desarrollar la perspectiva de la reutilización de elementos cotidianos; igualmente, para visualizar otras posibilidades para afrontar las vicisitudes cotidianas.

Referencias

- Artola, T, y Otros. (2004). Un nuevo instrumento de Medida para la evaluación de la creatividad: La Prueba de Imaginación Creativa PIC. (1/12). Recuperado en: www.apoclam.net/proyectos/pat/materiales/.../E02Artola.pdf. El 10/02/2012
- Alonso, M.; Tejerina, R. y Limaña, M. (2003). *CREA: Inteligencia Creativa*. Madrid: TEA.
- Barrac, J. y Otros (2011). La Prueba de imaginación creativa para adultos (PIC-A). Un nuevo instrumento para la evaluación del pensamiento divergente. (46/55). En: *Prolepsis*, página de comunicación del Colegio Oficial de Psicólogos de Castilla y León. Recuperado en: www.udima.es/es/profesor/natalia-sanchez-sanchez.html. El 12/10/ 2012.
- Borjas, P. y De La Peña, L., (2009). Desarrollo de habilidades de pensamiento creativo en el área de Ciencias Naturales y Educación Ambiental. En: *Revista del Instituto de Estudios en Educación Universidad del Norte*. No. 10. Recuperado en: ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/zona.../ZONA%20PROXIMA%2010.pdf. El 10/02/2012.
- Carpio, C. y Otros (2006). Generación de criterios de igualdad: un caso de conducta creativa. En *Red de Revistas Científicas de América Latina*. (127/138). Recuperado en: http://www.scielo.unal.edu.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S16576/12/201192672006000100009&lng=es&nrm= Colombia en <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/647/64750109.pdf>.
- Carpio, C y Otros (2007). Inteligencia, Creatividad y Desarrollo Psicológico. En *Acta Colombiana de Psicología* No 10 (2) (41/50). UNAM, Facultad de Estudios Superiores Iztacala. Recuperado en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=s0123-91552007000200005&script=sci_arttext
- Corbalán, J. y Otros. (2003). *CREA. Inteligencia Creativa. Una medida Cognitiva de la Creatividad*. Madrid: TEA Ediciones,
- Corbalán, J. Martínez, F. Donolo, C. Alonso, M. Tejeira, R. & limaña,, M. (2003). *CREA: Inteligencia Creativa*. Madrid: TEA, Ediciones.
- Donolo, D. & Elisondo, R. (2006). *Creatividad. Patrimonio de todos o exclusividad para unos pocos*. Recuperado en: www.um.es/analesps/v23/v23_1/18-23_1.pdf
- Jiménez, J. E, y Otros. (2007). *Adaptación y Baremación del Test de Pensamiento creativo de Torrance: Expresión Figurada*. Educación Primaria y Secundaria.

- Programa para la Atención Educativa al alumnado con altas capacidades intelectuales de Canarias. Recuperado en: http://www.gobiernodecanarias.org/educacion/dgoie/publicace/docsup/Libro_TORRANCE.pdf. El 26/06/2013.
- De La Torre, S. (1996). TAEC: Test para la Evaluación de la Creatividad. Madrid: Escuela Española,
- Gardner, H. (1995). *Mentes Creativas*. Barcelona: Paidós.
- Gardner, H. (2005). Barcelona. *Inteligencias Múltiples: La teoría en la práctica*. Paidós Ibérica.
- Getzels, J. & Jackson, P. (1962). *Creativity and intelligence: Explorations with gifted students*. Nueva York: Willey & Sons
- Guilford, J.P. (1950). *Creativity*. American Psychologist.
- _____. (1986). *La naturaleza de la inteligencia humana*. Barcelona: Paidós.
- Loli, P. y Otros. *Actitudes de Creatividad y Emprendimiento en estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería y su relación con algunas variables socio demográficas*. (2010). En Revista *IIPSI*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú. VOL. 13 – No. 2 . (139 /151). Recuperado en: www.scielo.org.pe/pdf/rip/v13n2/a09v13n2.pdf. EL 10/01/2012
- Medina, M. (2005). *Paradigma: Revista Universitaria de Cultura* N° 1 (16/19). Recuperado en: <http://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/945/Medina%20Torres,%20M.A.pdf?sequence=1> . El 26/06/2013.
- Paul, J. (2008). *La Creatividad y la Inteligencia revisada: un Nuevo análisis de Wallach y Kogan*. En *Research Journal*, 20, (34-39). Recuperado en: www.libres.uncg.edu/ir/uncg/f/P_Silvia_Creativity_2008.pdf. El 12/10/2012.
- Pupiales R., E. (2012). *De la pertenencia social y la Pertinencia Académica del currículo del Programa de Licenciatura en Artes Visuales de la Universidad de Nariño de la ciudad de San Juan de Pasto-Colombia*. En *TENDENCIAS Revista de la Facultad de Ciencias, Económicas y Administrativas*. Universidad de Nariño. Vol. XIII. No. 2 - 2do. Semestre 2012, Julio - Diciembre - Páginas 119-146
- Rom, M. (1950). *Treinta y cinco años del pensamiento divergente: Teoría de la Creatividad de Guilford*.
- Sternberg, R. y Lubart, T. (1994). *An investment theory of creativity and its development*. *Human Development*, 34,

_____. (1997). La creatividad en la cultura conformista. Un desafío a las masas. Barcelona: Paidós.

_____. (1997). Inteligencia exitosa. Madrid: Paidós.

Torrance, E.P. (1966). Torrance Tests of Creative Thinking (TTCT). Norms Technical Manual. Princeton, NJ: Personal Press Inc.

Wallach, M.A. y Kogan, N. (1965). Modes of thinking in young children: A study of the creativity -intelligence distinction. Nueva York: Holt, Rinehart & Winston, 1965.

Anexo

1.- ¿En qué consiste para usted la creatividad?

- A) Consiste en crear algo nuevo
- B) La creatividad es una forma de marcar la diferencia
- C) Poner en práctica la capacidad imaginativa
- D) Tener una idea

2.- ¿Se considera usted una persona creativa?

- A) Sí.....
- B) No.....
- C) A veces.....

3.- Valora la creatividad como algo de primer orden

- A) Sí.....
- B) No.....
- C) Depende del contexto.....

4.- ¿Cree usted que las empresas y las universidades en España deben de incluir mecanismos para fomentar la creatividad?

- A) Sí.....
- B) No.....
- C) Depende del tipo de empresa y/o universidad.....

5.- ¿Considera la creatividad como algo innato en la persona?

- A) Sí.....
- B) No.....

6.- Valora la creatividad como una oportunidad para el éxito personal y profesional

- A) Sí.....
- B) No.....

7.- ¿Qué aspectos son comunes en las personas creativas?

.....
.....
.....
.....

8.- ¿El éxito profesional está condicionado por la creatividad?

A) Sí.....B) No.....C) Depende.....

9.- Señala qué puede potenciar la creatividad

.....
.....
.....
.....

10.- Define, en unas líneas, la creatividad

.....
.....
.....
.....

Referencia

Bernarda Elisa Pupiales Rueda, Sonia Riveros Suárez y Raúl Romero Medina, “La creatividad y tendencias en pruebas de creatividad”, revista *Perspectivas Educativas*, Ibagué, Maestría en Educación de la Universidad del Tolima, Vol. 6, (enero-diciembre), 2013, pp. 155 - 173

Se autoriza la reproducción del artículo para fines estrictamente académicos, citando la fuente y los créditos de los autores.

Fecha de recepción: 10/08/13

Fecha de aprobación: 15/10/13