

LA EVALUACIÓN DE LA CREATIVIDAD

Miriam Carolina Laime Pérez*
Universidad de San Martín de Porres
Escuela Profesional de Psicología

Recibido: 15 de setiembre 2005

Revisado: 16 de setiembre 2005

Aceptado: 21 de setiembre 2005

RESUMEN

En el Presente estudio se realiza un análisis de la evaluación de la Creatividad, considerándola como una variable compleja, haciendo énfasis en su desarrollo histórico y mencionando a los representantes de gran valor pionero. Posteriormente, se analiza los factores comunes que se evalúan en las Pruebas clásicas de Creatividad: Guilford (Pruebas de Habilidades de Estructura del Intelecto), Torrance (Prueba de Pensamiento Creativo) y Mednick (Test de Asociaciones Remotas). Se revisa la validez y confiabilidad de las pruebas de creatividad y se concluye analizando el futuro de la evaluación de la creatividad.

Palabras Claves: creatividad, evaluación, Guilford, Torrance, Mednick, validez y confiabilidad.

ABSTRACT

In the this research we have made an analysis of the creativity evaluation, considering creativity as a complex variable, making emphasis in their historical development and the principal great pioneering value people are mentioned too. Then, we develop an analysis of the common factors that in the classic Tests of Creativity are evaluated: Guilford (Tests of Abilities of the Intellect structure), Torrance (Creative Thinking test) and Mednick (Remote Associations Test). The validity and the reliability of the creativity tests are reviewed and conclude analyzing the future of the evaluation in creativity.

Key words: creativity, evaluation, Guilford, Torrance, Mednick, validity and reliability.

El interés por la evaluación de los procesos creativos ha ido en aumento en los últimos años, debido a que existen necesidades sociales crecientes, que se caracterizan por el cambio constante, en las cuales la creatividad se encuentra inmersa. Por ello, surge la necesidad de contar con instrumentos de medida y determinar un abordaje científicamente serio de medición de los elementos que influyen en la creatividad y el desarrollo del proceso creativo. En el presente estudio, se realizará un análisis de las principales teorías que han sustentado los test de creatividad como son la Teoría de la estructura del intelecto de Guilford, la Teoría de Torrance y la Teoría de las asociaciones de Mednick.

DESARROLLO HISTÓRICO

El estudio acerca de la medición de la creatividad se inició aproximadamente antes de los años cincuenta. El verdadero mérito de haber incursionado sistemáticamente en la evaluación de la inteligencia en las realizaciones creativas se le atribuye a Guilford, quien

acuñó también el término “pensamiento divergente” que fue medido por los test que elaboraron él y sus colaboradores.

Oester (1975) afirma que durante mucho tiempo la evaluación de la creatividad ha sido considerada una tarea muy compleja, por su carácter impredecible, de súbita aparición, incontrolable, aspectos que impiden una medida exacta.

Lo cierto es que, desde el punto de vista de la Psicología y de varios investigadores en el área de la creatividad, no tiene mucho sentido hablar de la creatividad como concepto psicológico sino se puede manejar como objeto de medida.

Es por esta razón que los test de creatividad aparecieron como una cierta contrarreacción a los test de inteligencia existentes, pues en ellos se planteaban problemas que solo admitían una única solución; mientras que en los test de creatividad se planteaban

*Correo electrónico: mlaime@psicologia.usmp.edu.pe

diversas soluciones, siendo la mejor la más original, es decir aquella que el constructor del test podía desconocer.

Si deseamos hacer un análisis serio de esta variable psicológica, no podemos negar la implícita relación entre la medición de la creatividad y otras pruebas de aptitudes académicas o de inteligencia, sin embargo, estas últimas no están diseñadas para medir las variables de situación, la determinación, la motivación, el talento no académico del tipo que afecta el desempeño creativo.

Para Lewis (1996) las investigaciones sobre la creatividad que se han llevado a cabo desde 1965, se concentran en la identificación de otras características cognoscitivas y afectivas que distinguen a las personas creativas de quienes no lo son.

LOS FACTORES COMUNES DE EVALUACIÓN DE LA CREATIVIDAD

Los Factores comunes de medición de la creatividad surgieron de la propuesta teórica planteada por Guilford (1967) quién desarrolló medidas del Pensamiento Divergente en contraposición con el Pensamiento Convergente.

La fluidez, la flexibilidad y la originalidad son puntos de vista principales, que se tienen en cuenta en la elección y en la composición de los ejercicios de evaluación de la creatividad.

Guilford (1967 ^acitado en Prieto & Castejón, 2000) afirma que la creatividad es la combinación de dos tipos de pensamiento: el Convergente y el Divergente. El primero está relacionado con lo que se denomina conocimiento base: la reproducción y memorización de los aprendizajes y hechos. El Pensamiento Divergente implica utilizar el conocimiento previo con mucha pericia. Para Guilford esta es la base de la creatividad, pues sin el conocimiento previo no es posible crear.

Ambos tipos de pensamiento se encuentran inmersos en su Modelo conocido como la estructura del intelecto. Esta se define mediante tres componentes a) Operaciones referidas a las habilidades requeridas para adquirir y elaborar información, b) Contenidos o modos diferentes de percibir y aprender y c)

Productos o resultados de aplicar una determinada operación mental para adquirir un aprendizaje.

Dentro de las operaciones mentales para el procesamiento de la información propuestos, Guilford define cinco categorías: la cognición, memoria, producción convergente, evaluación y producción divergente. Esta última categoría implica la producción de distintas respuestas o soluciones de un determinado problema. Este concepto relacionado con la creatividad se refiere más a la generación del conocimiento que a la reproducción del mismo. La producción divergente incluye las cuatro características de la creatividad: fluidez, flexibilidad, originalidad y elaboración.

Entre los factores que investigó Guilford (1967 citado en Oester, 1975) se enuncian: la fluidez de la palabra, asociaciones y proposiciones o frases con sentido.

La fluidez se define como la capacidad de producir una gran cantidad de palabras, ideas, asociaciones, frases o expresiones.

La fluidez verbal es entendida como la facultad para formar palabras a partir de determinadas letras o combinaciones de letras. Este tipo de fluidez se mide por test que requieren como respuesta una secuencia coherente de palabras, las cuales no han de formar frases completas.

La fluidez ideacional consiste en dar respuestas verbales con sentido que cumplan determinadas condiciones, por ejemplo enumerar objetos que sean duros, redondos o mas pequeños.

También se estudió la fluidez de asociaciones, que consistía en que el examinado identifique conceptos en los cuales exista una correspondencia en las palabras que se le presentan. La solución siempre está en una única palabra la cual cumple la condición de estar en una relación determinada con el material del test propuesto.

La fluidez de expresión se relaciona también con el rendimiento verbal. Consiste en formar conjuntos proposicionales o lingüísticos con sentido.

Por otra parte, la flexibilidad implica un alto grado de transformación en las realizaciones creativas; es decir

son las diferentes categorías a las que corresponden las respuestas. Es la capacidad de cambiar modos de pensar, dar respuestas variadas, modificar las ideas y superar la rigidez, lo cual lleva a evitar la aplicación de procedimientos convencionales para la solución de problemas. Un ejemplo típico es que el individuo, en un período de diez minutos enuncie todas las formas posibles de utilizar un ladrillo. La flexibilidad se analiza por las frecuencia con la que se encuentra nuevas posibilidades de empleo.

La Medida de la originalidad siempre ha sido un tema de amplio debate, pues es muy difícil elaborar medidas objetivas de este factor. La originalidad está presente a través de las respuestas raras pero acertadas. Consiste en la disposición de ver las cosas de manera diferente, novedosa y única. Son estadísticamente poco frecuente y provocan sorpresa. La calidad de las respuestas es una norma muy importante para calibrar la originalidad.

Así mismo, Guilford hace mención de otros aspectos a evaluarse en la creatividad; entre ellos, la sensibilidad para los problemas (descubrimiento de fallos, carencias, vacíos u omisiones e impulsa iniciativas de perfección constante), la redefinición (combinar dos objetos para construir un instrumento que sirva para una nueva finalidad), y la elaboración (recomponer los detalles para elaborar un plan)

LAS PRUEBAS CLÁSICAS DE CREATIVIDAD

La literatura psicológica relacionada a la evaluación de la creatividad, nos refieren la estructura de diversas medidas de la creatividad que fueron elaboradas a partir de 1950. Entre las más importantes podemos destacar las siguientes:

Pruebas de habilidades de estructura del intelecto

(SOI) Guilford (1967, 1974 citado en Aiken, 1996) son pruebas elaboradas en base al Modelo de Estructura del Intelecto. En esta batería se incluye las subpruebas de consecuencias (fluidez) y usos poco comunes, cuatro pruebas de fluidez de Christensen- Guilford, otras subpruebas verbales como la de interpretación de semejanzas y subpruebas no verbales como guiones, elaboración de objetivos y decoraciones. La mayor parte de estas pruebas pueden aplicarse en el primer nivel de educación secundaria y superior, pero el proceso de calificación y valoración de respuestas es bastante complejo.

En relación a la propuesta teórica de medición de Guilford hay opiniones diversas entre los especialistas de la creatividad. La mayoría de ellos consideran que Guilford es un indiscutible impulsor de las aptitudes y no niegan que después de 40 años, los aportes de Guilford en relación a la evaluación de la creatividad siguen siendo productivos, pues no hay ningún sistema de medición que no tome en cuenta sus grandes aportes.

Por su parte Oester (1976) considera que Guilford parte de consideraciones teóricas hasta llegar a los 120 factores de los cuales solo se han comprobado empíricamente la mitad, lo que pondría en tela de juicio esa compleja estructura teórica.

Así también, Romo (1986) identifica el problema más importante que tiene planteada la teoría de Guilford y su propuesta evaluativa. Para ella este modelo, resulta insuficiente para responder al siguiente cuestionamiento esencial: ¿es necesario multiplicar todos los factores de la creatividad con el fin de reflejar todas las diferencias individuales hasta hacer del pensamiento divergente algo irreconocible en esa complejidad factorial?

La prueba de pensamiento creativo de Torrance

(TTCT) (The Scholastic Testing Service). De acuerdo a Lewis (1996) es una prueba que consiste en tres ejercicios con base en ilustraciones (TTCT) de figuras y seis ejercicios con base en palabras (TTCT Verbal).

Torrance (1974, citado en Prieto & Castejón, 2000) después de varios años de estudio, siguiendo la línea de Guilford, consideró que la creatividad es un factor independiente de la inteligencia general y crean una batería de test para medir las realizaciones creativas.

Para este autor, la creatividad es un proceso por el cual una persona es sensible a los problemas, a los fallos, a las lagunas del conocimiento y a las desarmonías en general. La persona creativa es aquella que sabe identificar las dificultades de las situaciones, buscar soluciones mediante caminos que otros no las encuentran, hacer conjeturas, formular hipótesis y modificarlas, probarlas y comunicar los resultados.

Este postulado parte de la premisa en la cual cuando una persona creativa detecta un error o no encuentra la solución esperada, siente como una tensión que tiende a reducirla. Para ello, trata de buscar vías que le lleven a solucionar el problema, mediante procedimientos que no sean convencionales. Si en

la resolución de problemas la persona comprueba que los pasos que sigue no son útiles, entonces, elabora conjeturas e hipótesis para comunicar los resultados y disminuir la tensión.

Este enfoque permitió identificar los distintos tipos de actitudes, el funcionamiento psíquico y las características psicológicas que bloquean o estimulan el proceso creativo. También permitió identificar los diversos tipos de productos creativos resultantes de este proceso y tomó en consideración las características de la personalidad del creativo y del ambiente que favorece su desarrollo.

Para materializar todos estos componentes, Torrance elaboró un conjunto de pruebas que evalúan el proceso creativo y las aptitudes específicas que lo definen.

La TTCT Verbal, cuya aplicación lleva 45 minutos, se califica en base a tres características mentales (fluidez, originalidad, elaboración) La TTCT de figuras cuya aplicación lleva 30 minutos, se califica en base a cinco características mentales (fluidez, originalidad, elaboración, Títulos y cierres).

Cada prueba implica modos diferentes de pensamiento. La TTCT se volvió a estandarizar en 1989. Las actividades propuestas por el test son estimulantes para los niños de todos los niveles culturales y educativos, desde la educación primaria hasta la secundaria.

Test de asociaciones remotas. Según Romo (1986) fue elaborado mediante el enfoque de Mednick, quien define en la creatividad un proceso asociativo de ideas previamente inconexas donde juega un papel importante la mente pre consciente y los procesos primarios.

Para Mednick el proceso creador es la formación de operaciones asociativas en nuevas combinaciones que cumplen requerimientos específicos o son útiles de alguna manera. En conclusión, el nivel de creatividad de una persona depende de su jerarquía asociativa, es decir; la persona creativa tiene más acceso a asociaciones remotas pero útiles de manera potencial.

En el Test de Asociaciones Remotas, Mednick concibe tres formas de alcanzar una solución: por contigüidad (serendipity o feliz casualidad), por similitud (combinación asociativa) y por mediación de elementos comunes.

Sin embargo, esta prueba ha recibido severas críticas. Hood (1969, citado en Romo, 1986) rechaza el Test de Asociaciones Remotas como medida de algo más que ejecución original, pues identifica fallas concep-

tuales en su teoría, sobre todo en los factores que mide, como son el pensamiento creador, originalidad y creatividad.

Por su parte Romo (1986) considera este test como una medida de la creatividad de "respuesta única", que realmente no mide la creatividad, pues las respuestas están prefijadas de antemano.

En base a estas pruebas presentadas, se ha hecho muchos esfuerzos para la elaboración de medidas de creatividad, que han considerado en su mayoría la medición de los factores propuestos en la Teoría de Guilford, donde se consideran los rasgos cognitivos y afectivos característicos de los individuos creativos.

Como ha sido desde el inicio de la investigación en el área, hasta hoy, se sigue cuestionando medidas efectivas de creatividad, aunque objetivamente se puede afirmar que estamos en camino al logro de este objetivo, debido a la mayor consistencia que evidencian las teorías contemporáneas propuestas, que explican la creatividad y la inclusión de otros factores de gran relevancia, inmersos en el proceso creativo.

UTILIZACIÓN DE REACTIVOS VERBALES Y NO VERBALES

En la elaboración y la valoración de medidas de creatividad, siempre se ha tenido la interrogante respecto a la necesidad de incluir reactivos verbales y no verbales en las pruebas. Si analizamos la estructura de las medidas de creatividad clásica y contemporánea, podemos identificar que en su gran mayoría poseen reactivos de ambas clases.

Para Oester (1976) los reactivos no verbales (imágenes o sonidos) y verbales (frases o problemas planteados) deben ser indispensables para la medición de la creatividad y su distribución en función al tiempo destinado a la evaluación, permitirá que el examinado ponga en práctica sus habilidades creativas.

CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DE LAS MEDIDAS DE CREATIVIDAD

Si partimos de la idea que la creatividad es un aparato funcional que no puede activarse de manera muy frecuente y el producto creativo dependerá de diversas circunstancias, es evidente que estos aspectos dificultan significativamente la confiabilidad y validez de las pruebas.

Uno de los grandes obstáculos en la medición de la creatividad radica fundamentalmente en el temor que poseen algunos individuos de responder a una prueba

de manera creativa y original. Por otra parte, se considera que los test de creatividad están muy relacionados con las características de la edad, nivel socio económico y cultural de la población a la cual se aplique la evaluación, tomando en cuenta la dificultad de confeccionar muestras de verificación utilizables.

Otro aspecto importante es que de acuerdo a Oester (1975) cuando la norma cultural impone la creatividad, las personalidades creativas se orientan al no conformismo. Como los test de creatividad les piden originalidad, se muestran no originales, es decir no conformistas.

Por estos y muchos otros problemas, en la estructura de las pruebas actuales de creatividad, cada vez se hace mayores esfuerzos por elevar los valores de confiabilidad.

En ese sentido resulta importante mencionar la opinión de Mc Nemar (1964 citado en Lewis, 1996) quien hace mención a las correlaciones sustanciales existentes entre la creatividad y el cociente intelectual. Por este motivo, se recomienda que se diseñe una prueba que pueda predecir el desempeño, continuando con la utilización de pruebas de inteligencia general para corroborar los resultados.

Un método para identificar la fiabilidad de los test de creatividad que sugiere la literatura especializada, parten del análisis de las construcciones teóricas que se manejan al respecto. Si consideramos que la gran mayoría de teorías de creatividad parten de representaciones pre-científicas confusas y en muchos de los tests elaborados se aplican criterios que forzosamente proceden de quienes tienen un concepto distinto al realizador del test. Por todas estas razones, es lógico pensar que las pruebas de creatividad no puedan tener índices de fiabilidad superiores.

Si bien es cierto, la mayoría de investigadores de la creatividad utilizan la validez de constructo, otro método muy útil para identificar la validez de un instrumento en torno a la creatividad es el de comparar los test de creatividad con otros test de rendimiento, de inteligencia y de personalidad.

EL FUTURO DE LA EVALUACIÓN DE LA CREATIVIDAD

A modo de conclusión, podemos afirmar que existe un consenso entre los expertos de que la creatividad es una realidad muy compleja y la evaluación cuenta con esa misma característica de complejidad.

A lo largo de la historia del estudio de la creatividad se han identificado tendencias muy marcadas en rela-

ción a la estructura de los sistemas de evaluación, que generalmente se centran en indicadores, sujetos, procesos, manifestaciones y entornos.

Compartiendo la opinión de Betancour & Chibas (1994) la tendencia de los enfoques explicativos actuales de la creatividad, son en su mayoría de corte holístico e integrativo, lo que significa que la evaluación no debe centrarse solamente en los factores cognitivos y afectivos, sino en el individuo como agente directo del acto creador. La creatividad de esta manera cobra un sentido mucho más amplio, pues implica el proceso, el ambiente y el producto creativo.

Conociendo las evidencias reportadas en la literatura psicológica, Sternberg & Lubart (1997) afirman que existen pruebas que la evaluación interfiere en la creatividad, como también existen pruebas sobre lo útil que es la evaluación. Es decir, los efectos de la Evaluación son mixtos.

Además se afirma que cuando la evaluación es percibida como una amenaza, habitualmente daña la creatividad. Sin embargo, si la creatividad ha de ser evaluada y los individuos lo saben, esto les ayuda a conocer con qué criterios serán evaluados y en consecuencia harán un mejor trabajo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BETANCOUR & CHIBAS (1994). *La Creatividad y sus Implicaciones*. La Habana: Academia.
- OESTER, R. (1975). *Psicología del Pensamiento*. Barcelona: Herder.
- PRIETO M, & CASTEJÓN J. (2000). *Los Superdotados: Esos Alumnos excepcionales*. Madrid: Aljibe.
- LEWIS, A. (1996). *Test Psicológicos y Evaluación*. México D.F., Prentice Hall
- ROMO, M. (1986). *Treinta y Cinco Años de Pensamiento Divergente: Teoría de la Creatividad de Guilford*. Estudios de Psicología. Universidad Autónoma de Madrid. 18,27 y 28. : 175-192.
- STERNBERG, R. & LUBART, T. (1997). *La Creatividad en una cultura conformista: un desafío a las masas*. Barcelona: Paidós.