

Rumbos y desafíos en Psicopedagogía de la Creatividad

Valentín MARTÍNEZ-OTERO PÉREZ

Universidad Complutense de Madrid

E-mail: vamarope@yahoo.es

RESUMEN

En este artículo se enfatiza la necesidad de avanzar hacia una educación integral que sustituya el dogmatismo por la indagación y el descubrimiento. A la psicopedagogía se le plantea en este sentido un doble desafío: la valoración rigurosa del potencial creativo de los educandos y el fomento de la creatividad desde la temprana infancia con el concurso de toda la comunidad educativa. Se repasan en el texto los aspectos más relevantes de la creatividad, al tiempo que se describen algunos instrumentos de evaluación y se ofrecen recomendaciones para estimularla tanto desde el aula como desde la institución escolar en su conjunto.

Palabras clave: Creatividad, psicopedagogía, evaluación, educación.

ABSTRACT

In this article, we lay stress on the need to go forward to an integral education which replaces the dogmatism and goes into some search and discovery. In this sense, it is established a double challenge to the psychology: The strict valuation of the bring-ups creative capacity and the encourage of the creativeness from the early ages with all the education community participation. They are revised, on the text, the most relevant aspects of the creativity; they are also described some evaluation instruments and they are offered recommendations to encourage the evaluation not only from the classroom but also from the whole school institution.

Key words: Creativity, psychopedagogy, evaluation, education.

SUMARIO:1. Introducción. 2. Sobre el concepto de creatividad. 3.- Desarrollo de la creatividad. 4.- Evaluación de la creatividad. 5.- Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas

1.- INTRODUCCIÓN

El término *creatividad* se deriva del latín *creare* que significa producir o crear. Si bien antiguamente la palabra se vinculaba exclusivamente a la religión por ser Dios el Genuino Creador que hace brotar todo ex nihilo, adquiere en nuestro tiempo un renovado interés social, psicológico y educativo. En la actualidad aumenta la investigación sobre esta cuestión debido, sobre todo, a la necesidad de ofrecer soluciones originales a los problemas de un mundo en permanente y vertiginosa mudanza. Cada vez son más apreciadas las personas innovadoras y se dedican más esfuerzos a desvelar las dimensiones implicadas en el proceso creador. La creatividad es muy estimable desde el punto de vista individual y colectivo, porque es esencial para

el desarrollo de la personalidad y el progreso social y cultural.

El fomento de la creatividad requiere un ambiente presidido por la flexibilidad y la libertad. La enseñanza excesivamente rígida y programada constriñe el proceso creador. La educación puede inhibir o estimular cualquier brote de originalidad. Conviene, por lo mismo, transitar hacia una pedagogía que fomente la expresión y las aptitudes personales.

Tradicionalmente la educación se había centrado en la transmisión de contenidos muy elaborados y en su repetición por parte de los alumnos. El énfasis en la vertiente instructiva del discurso llevó a desdeñar la espontaneidad, la intuición, la inventiva, la fantasía, la búsqueda y la curiosidad. El resultado era un pensamiento estereotipado y cautivo. Todavía hoy hallamos en algunas aulas de los distintos niveles formativos actitudes dogmáticas e intolerantes que cercenan cualquier despunte de creatividad. En este artículo ofrecemos a los educadores fundamentos teórico-prácticos para enriquecer el currículum y cultivar la creatividad.

2.- SOBRE EL CONCEPTO DE CREATIVIDAD

La investigación sobre la creatividad ha experimentado un gran auge en los últimos años dentro de la psicología y la pedagogía. Habitualmente se considera a Galton (1869) con su obra *Hereditary genius* como el iniciador de la investigación científica sobre esta cuestión. Se destaca también el discurso de Guilford (1950) en la *American Psychological Association* por haber incorporado el término 'creatividad' al vocabulario habitual de la psicología. Otro hecho relevante fue el lanzamiento al espacio del satélite soviético *Sputnik* en 1957 que dio comienzo a la era espacial y que puso de manifiesto el retraso respecto a la URSS en el campo de la tecnología. Tras estos hitos se multiplicaron los esfuerzos para compensar las desventajas en creatividad y aumentaron considerablemente los estudios psicopedagógicos sobre el tema.

En cierto modo, los numerosos trabajos realizados en poco tiempo han complicado el concepto de creatividad, hasta el punto de que nos hallamos hoy ante un término polisémico. Esta ausencia de univocidad de la palabra 'creatividad' dificulta el estudio y la investigación en este campo. Aunque es necesario llegar a una definición operativa que permita un cierto consenso en la comunidad científica, es acaso más importante un mínimo acuerdo conceptual.

La palabra *creatividad* suele designar un amplio conjunto de acciones, entre las que hemos de incluir la producción artística de toda índole, los descubrimientos y los inventos. La creatividad puede ligarse a aspectos técnicos o estéticos. Hay ocasiones en que se aprecia nítidamente el carácter práctico de la producción creativa, por ejemplo, un coche; otras veces, en cambio, la creatividad se relaciona más con las artes y con el enriquecimiento espiritual, tal como ocurre, pongamos por caso,

con una composición musical.

Siguiendo el esquema cuatripartito -sujeto, proceso, producto y medio- ampliamente aceptado nos adentramos en el análisis de la creatividad:

2.1.- EL SUJETO CREATIVO

La investigación del sujeto creativo ha correspondido tradicionalmente a la psicología diferencial. La revisión de diversos trabajos me han llevado a seleccionar los siguientes rasgos de la personalidad creativa:

- *Independencia de juicio, autonomía.*- Los creativos valoran considerablemente su independencia. Son inconformistas y con gran necesidad de autodirigirse, quizá porque poseen seguridad en sí mismos y un manifiesto "espíritu de rebeldía".
- *Pensamiento no convencional.*- Los creativos son poco acomodaticios. Se sienten atraídos por los desafíos intelectuales y las cuestiones complejas. Más que pensamiento reproductivo, tienen pensamiento productivo.
- *Alto nivel intelectual.*- En general, para la actividad creativa de cualquier tipo se necesita una alta inteligencia, pero un nivel elevado de inteligencia no garantiza en absoluto la creatividad.
- *Tolerancia a la ambigüedad.*- Es la capacidad para resistir la incertidumbre o confusión propias del proceso creador, toda vez que no se siguen itinerarios establecidos. El desconocimiento de las vías de solución puede generar zozobra y se requiere fortaleza en el sujeto para culminar con éxito la trayectoria creativa.
- *Interés por aspectos teóricos y estéticos.*- Los creativos se sienten inclinados tanto hacia la verdad como hacia la belleza. A menudo las soluciones ofrecidas a los problemas se visten con sus mejores galas.
- *Fluidez y flexibilidad intelectual.*- La fluidez intelectual se refiere a la facilidad con que brotan ideas y respuestas adecuadas. Los creativos aportan soluciones innovadoras y pertinentes. La flexibilidad se opone a rigidez mental y hace referencia a la capacidad intelectual con que los sujetos creativos ensayan nuevas direcciones de pensamiento. Las personas creativas están más orientadas al cambio.
- *Sensibilidad.*- Los sujetos creativos son "hijos de su tiempo", son conscientes de las necesidades y reaccionan ante los acontecimientos. Se preocupan por los problemas y propenden a la búsqueda de soluciones.
- *Motivación.*- Poseen elevada motivación intrínseca, aunque lógicamente también necesitan el reconocimiento de sus obras.
- *Apertura a nuevos problemas.*- Los sujetos creativos se lanzan a descubrir claves inéditas de la realidad. Con frecuencia exploran el entorno desde posi-

ciones originales.

— *Tenacidad*- Los creativos perseveran hasta alcanzar las metas. No cesan fácilmente en su empeño por convertir en realidad los proyectos.

Los rasgos anteriores, repartidos entre el sistema afectivo-motivacional y el cognitivo, no agotan el perfil complejo del sujeto creativo, pero nos ofrecen pistas apropiadas para su identificación. Por otra parte, procede recordar que la creatividad es el resultado de factores genéticos y ambientales. El reconocimiento de esta elemental afirmación invita a la psicopedagogía a buscar vías apropiadas para su estimulación desde la infancia.

2.2.- EL PROCESO CREATIVO

El estudio del proceso creativo ocupa un lugar destacado en la psicología cognitiva. La creatividad a menudo sigue un curso sinuoso en el que se entremezclan elementos racionales e intuitivos. Se han establecido numerosos modelos explicativos del proceso creativo, pero no queda más remedio que afirmar que todavía permanece oculto en muchas vertientes. Algunos trabajos sobre los procesos creativos se centran en los aspectos comunes y otros se interesan por trayectorias específicas (artísticas o científicas) que conducen a productos concretos.

Desde Wallas (1926) es frecuente distinguir cuatro fases (preparación, incubación, iluminación y verificación) en el proceso creativo, que no pasamos a describir por exceder las pretensiones de nuestro artículo. Precisamente estos momentos se han identificado a partir de estudios biográficos de artistas y científicos. Estas fases admiten distintas combinaciones. El proceso no siempre es sucesivo, con frecuencia hay solapamientos. Con acierto se ha señalado que así como las fases de incubación e iluminación parecen espontáneas y no exigen mucho esfuerzo, la preparación y la elaboración exigen intencionalidad y perseverancia. De hecho, la creatividad depende en gran medida de la laboriosidad. Es bien sabido que la inspiración que no va seguida de trabajo se desvanece.

Aportaciones recientes de diversos investigadores han llevado a revisar el modelo clásico y a reducirlo a tres fases: una primera de ideación, durante la cual la información nueva se combina con la previa y emergen pensamientos totalmente distintos; una segunda en la que surgen y se explicitan las ideas más adecuadas y brillantes; y una tercera de evaluación, en la que la creatividad se desarrolla con el concurso de fuerzas del sujeto (internas) y del ambiente (externas) hasta desembocar en un producto nuevo.

En el marco de la psicología cognitiva, una vía complementaria de acercamiento a la comprensión del proceso creativo es la que ofrecen los modelos de la resolución de problemas. Desde esta plural concepción, el proceso creativo se caracteriza tanto por la falta de convencionalismo como por la prosecución insistente de solu-

ciones originales. Las metas y expectativas del sujeto ponen en marcha el recorrido resolutorio. La intención de continuar trabajando sobre el problema hasta que se solucione proporciona una constante motivación que anima a terminar. Desde esta perspectiva, la creatividad sería una modalidad especial de solución de problemas. Alonso Monreal (2000, 182) señala que, aunque se han formulado numerosos modelos creativos de esta naturaleza, lo habitual es que, tras una fase de reconocimiento o hallazgo del problema, se siga con la elaboración o búsqueda de la solución, para concluir, tras el dichoso encuentro, con la evaluación, esto es, con la revisión del proceso y el estudio de sus posibles aplicaciones.

A punto de finalizar este apartado recordamos que la psicología cognitiva asume que en todo proceso creativo adquiere gran importancia la motivación, así como la disposición, capacidad y persistencia del sujeto en la búsqueda de soluciones a los problemas.

2.3.- EL PRODUCTO CREATIVO

La sociología del arte, la literatura, la ciencia, etc., se interesan por los productos de la creatividad. Nickerson, Perkins y Smith (1998) dicen que el producto creativo constituye la noción primaria de la familia producto creativo/ persona creativa/ creatividad. Verdaderamente, si algo nos parece novedoso y útil decidimos si la persona y el proceso que lo han generado son creativos. Conviene, empero, no confundir creatividad con productividad.

Para que un producto sea creativo debe ser a la vez original y valioso. Se requieren ambas condiciones, porque un producto valioso o útil pero carente de originalidad no merece ser calificado como creativo, como tampoco lo es el producto novedoso pero inadecuado para su contexto. El producto creativo, por tanto, ensancha el horizonte de lo conocido, comporta siempre un avance en algún campo, permite ver la realidad con "ojos nuevos", lo que a veces provoca extrañeza, incompreensión y temor. Para apreciar el producto en lo que vale es menester que se dé a conocer adecuadamente, con todas las explicaciones que se pueda, y que la comunidad cuente con un grupo de expertos independientes alejados de los circuitos tecnoburocráticos de agencias miopes.

La valoración del producto creativo que conduce al reconocimiento de la persona que lo ha realizado exige rigor y objetividad. Es bien sabido que a veces se producen fraudes en este terreno. La historia nos muestra muchos casos de hombres y mujeres que han sido encumbrados en ciertas épocas y luego han caído en el más absoluto de los olvidos. De igual manera, otras personas, a pesar de sus valiosas contribuciones, han padecido el desprecio o la indiferencia de sus coetáneos hasta que con el tiempo se les ha ido otorgando el reconocimiento que en su día les fue negado. El peligro que denunciarnos puede presentarse también en los centros escolares.

En ocasiones, algunos alumnos especialmente creativos son catalogados de rebeldes e inconformistas, con lo que se les niega la consideración que merecen y se les priva de la educación que necesitan.

2.4.- EL MEDIO

La creatividad es fruto de la interacción de factores genéticos y ambientales. Esta afirmación supone reconocer que, si bien hay personas que nacen con mayor potencial creativo, si carecen de las circunstancias ambientales adecuadas la creatividad no se despliega. Asimismo, hay sujetos que aunque tienen menos posibilidades pueden alcanzar considerables niveles de creatividad si reciben una estimulación apropiada. Hoy todos los estudiosos de la cuestión coinciden en defender este planteamiento. En lo que no hay igual acuerdo es en establecer las vías que permiten desarrollar en una persona todas sus posibilidades creativas. En el ámbito escolar, por ejemplo, hay autores que proponen una especie de nueva asignatura sobre creatividad. Otra posición, con la que nos sentimos identificados, es la que considera que la promoción de la creatividad debe hacerse desde las distintas materias, es decir, que la creatividad ha de impregnar todo el currículum. Desde esta perspectiva, cabe hablar incluso de "educación para la creatividad", de donde surge inevitablemente la pregunta sobre qué características debe reunir la educación para que se favorezca la creatividad. Algunas recomendaciones y cauces de intervención para promover la creatividad en la escuela son:

- Cultivar la flexibilidad y la libertad.
- Fomentar la comunicación y la participación.
- Favorecer la curiosidad.
- Impulsar los métodos heurísticos.
- Evitar el dogmatismo y la intolerancia.
- Estimular la sensibilidad y la fantasía.
- Posibilitar la reflexión y el ensayo.
- Desarrollar todos los sentidos en contacto con la naturaleza.
- Promover la autonomía, el espíritu crítico, la motivación, el esfuerzo y el trabajo.
- Animar a los alumnos a que formulen preguntas sobre cuanto les rodea.

No es tarea sencilla precisar qué aspectos facilitan o inhiben la creatividad. Sin embargo, parece haber cierto consenso en señalar que la educación que aspire a promover la creatividad ha de procurar que el escolar capte relaciones de conjunto. Es positivo también brindar al educando oportunidades de apertura a la realidad, esto es, de exploración y experimentación. Junto a este "aprendizaje vivido" hay que cul-

tivar la autonomía personal. Por otra parte, estimular la creatividad depende, en gran medida, de la relación interpersonal. Rogers (1982, 91-97), a este respecto, enuncia diversas cualidades del educador (autenticidad, aprecio al educando y comprensión empática) que facilitan el aprendizaje y que pueden impulsar la creatividad.

En el siguiente apartado y en íntima conexión con lo tratado describimos algunas técnicas, estrategias y recursos para avanzar hacia una educación creativa.

3.- DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD

La creatividad se puede desarrollar en la escuela. Es menester, eso sí, construir un ambiente que estimule la iniciativa personal. La docilidad tan buscada en algunos centros no hace sino asfixiar la creatividad. El caso de aquel maestro que despreciaba la espontaneidad con que sus alumnos realizaban dibujos de animales de todas las formas y colores, y les forzaba a delinear siempre la misma figura con idéntico procedimiento, es un ejemplo de desmantelamiento de la creatividad infantil. Por desgracia, todavía nos topamos en algunas aulas con actitudes y procedimientos inhibitorios de la expresión y la producción. Aunque hay técnicas que han demostrado su utilidad para potenciar la creatividad optamos sobre todo por avanzar hacia un currículum creativo en el que a grandes rasgos hemos de tener en cuenta:

- **Objetivos.**- Una programación creativa se propone que los educandos alcancen alguna de las siguientes metas : originalidad, fluidez (cantidad de productos), flexibilidad (respuestas aplicables a distintas situaciones), elaboración, sensibilidad, habilidad para encontrar nuevas aplicaciones a los objetos, analizar, sintetizar, convencer, eficacia. He aquí algunos ejemplos de objetivos apropiados para los primeros tramos de la enseñanza:
 - Estimular la originalidad narrativa del educando.
 - Cultivar la expresión desde la temprana infancia.
 - Fomentar la sensibilidad social de niños y adolescentes.
 - Promover en el educando la capacidad de descubrir nuevos sentidos y relaciones entre los elementos de un conjunto.
 - Impulsar la transformación positiva de la realidad.

- **Contenidos.**- De acuerdo al planteamiento que adoptamos, cabe promover la creatividad desde todas las áreas del currículum. La educación creativa no pretende sobrecargar a los educandos de informaciones, sino que se plantea armonizar la necesaria transmisión de contenidos con datos complementarios obtenidos por los propios alumnos a partir de la experimentación.
- **Estrategias docentes.**- Muchas de las vías existentes para promover la crea-

tividad se basan en las "actividades naturales" de la infancia: la espontaneidad, la curiosidad, la autoexploración, etc. Las experiencias que favorecen la creatividad suelen apoyarse en la motivación intrínseca, acaso porque, como indican Torrance y Myers (1976, 81-84), poseen un carácter inacabado y abierto. Las estrategias docentes que favorecen la creatividad se adscriben a una educación motivadora que huye de la rutina y que busca la innovación y la realización personal.

- Recursos y materiales.- Los profesores se preguntan cuáles son los medios y objetos más apropiados para fomentar la creatividad en los educandos. Para empezar hay que decir que los elevados precios, la abundancia o la sofisticación de los materiales y recursos no garantizan su aprovechamiento para el cultivo de la originalidad. Es de sobra conocido el caso de algunos niños que ante algún juguete muy caro y técnicamente complejo lo rechazan y prefieren iniciar la actividad lúdica con la caja que lo contiene. De la misma manera, dentro de la enorme variedad de materiales que se pueden utilizar para desarrollar la creatividad, se puede optar por el más caro, aunque corremos el riesgo de que no se ajuste a nuestro objetivo. No se confunda, pues, valor y precio.

4.- EVALUACIÓN DE LA CREATIVIDAD

La evaluación de la creatividad en el ámbito escolar se realiza habitualmente de forma espontánea e intuitiva. Los profesores catalogan como creativos a los alumnos cuyas realizaciones destacan por su número, novedad, adecuación, etc. Además de esta valoración natural hallamos instrumentos psicológicos y pedagógicos que se orientan a aportar rigor a la medición. Citamos a continuación tres pruebas (una clásica y dos recientes) que ilustran cómo está la situación en este terreno:

- *Test de Pensamiento Creativo de Torrance (TTCT)*.- El Torrance Test Creative Thinking es muy famoso y se basa en una concepción de la creatividad en cuanto sensibilidad a los problemas, fallos, lagunas de conocimiento y las disarmonías. De acuerdo con este planteamiento, las personas creativas saben identificar las dificultades de las situaciones, buscar las soluciones, hacer conjeturas, formular hipótesis, modificarlas, probarlas y comunicar los resultados.

Este test es aplicable a lo largo de toda la escolaridad y se encamina a evaluar los cuatro componentes principales de la creatividad: fluidez, flexibilidad, originalidad y elaboración. El test se compone de dos subpruebas: verbal y figurativa. La primera valora la imaginación del alumno cuando utiliza el lenguaje. Consta de siete subtests que exigen las siguientes tareas: a) plantear preguntas que sugiere un dibujo; b) imaginar y buscar razones que expli-

quen lo que se refleja en el dibujo; c) imaginar las consecuencias de lo expresado en el dibujo; d) buscar ideas que contribuyan a hacer más divertido un determinado dibujo; e) hallar ideas que permitan utilizar un objeto de forma novedosa (lo que se propone es anotar todo lo que se puede hacer con cajas de cartón); f) formular preguntas originales (acerca de las cajas de cartón), y g) imaginar situaciones irreales (qué se podría hacer si unas cuerdas estuvieran atadas a las nubes y colgasen hasta la tierra).

La subprueba figurativa evalúa el nivel de imaginación realizando dibujos. Se compone de tres subtests: a) componer un dibujo; b) acabar un dibujo, y c) realizar dibujos a partir de dos líneas paralelas.

De acuerdo con el propio manual de la prueba (Torrance 1972), hay que ser muy prudentes en las conclusiones que se extraigan, ya que no hay baremos que permitan contrastar las puntuaciones. De hecho, las respuestas de cada sujeto se comparan con las del resto del grupo que se convierte de este modo, en el sistema de referencia.

- *CREA. Inteligencia creativa.* Una medida cognitiva de la creatividad.- Ha sido realizado por Corbalán et alii (2003) y se encamina a evaluar cognitivamente la creatividad individual a través de cuestiones. El sujeto tiene que formular cuantas preguntas le sea posible realizar acerca de las láminas que se le presentan. Este test parte de un modelo teórico centrado en operaciones cognitivas no identificables con la producción creativa, pero de carácter necesario para el ejercicio de la misma. Se interpreta la creatividad como un estilo que incorpora tanto aspectos afectivo-motivacionales como cognitivos. El estilo psicológico creativo, tal como este test lo examina, incluye una disposición general del sujeto para la apertura y versatilidad cognitiva.

Después de revisar esta prueba y de aplicarla a una muestra de alumnos universitarios creo que se puede hacer la siguiente crítica constructiva sistematizada en siete puntos: 1) Aunque Corbalán et alii (2003, 43) digan que el procedimiento de las preguntas es novedoso para la medida de la creatividad, ya Torrance (1972) incluye la actividad de formular cuestiones en algunas subpruebas verbales de su famoso Test de Pensamiento Creativo (TTCT). 2) La prueba es relativamente simple, pues sólo se realizan preguntas a partir de láminas. Hubiese sido recomendable combinar esta modalidad exploratoria con otras, v. gr., interpretar situaciones, buscar semejanzas entre objetos, completar historias, etc. 3) El test es más útil para valorar el potencial creativo de niños y adolescentes que el de jóvenes o adultos. A medida que aumenta la edad hay más posibilidades de haber plasmado la creatividad en productos concretos, por lo que sugerimos que en adultos y jóvenes se valoren más sus producciones escritas, pictóricas, etc., que la calidad/cantidad de cuestiones sobre láminas (estímulos figurativos). 4) Aun cuando en este instrumento se integra supuestamente la explicación de la creatividad desde los

sistemas cognitivo y afectivo-motivacional, se opta por la expresión *inteligencia creativa* y por considerar al test como *una medida cognitiva de la creatividad*, tal como se pone de manifiesto desde la propia denominación de la prueba, lo que indicia cierto sesgo intelectualista. Para evitar malentendidos sería preferible hablar de *personalidad creativa* y de *medida cognitivo-afectiva de la creatividad*. Por otra parte, el concepto de *estilo cognitivo* que Corbalán et alii (2003, 41) proponen como superador de la escisión entre cognición y afectividad, puede inducir a error, porque si bien informa de características personales y conductuales que exceden los límites impuestos por las áreas cognitivas, generalmente el término 'cognición' se reserva para todo lo que tiene que ver con el pensamiento, la percepción, la memoria y el lenguaje. A esto hay que añadir algunos problemas generados por el concepto de *estilo cognitivo*, por ejemplo, la dificultad para hallar consistencia comportamental según las situaciones y tareas, lo que de hecho ha llevado a algunos psicólogos a prescindir de dicho concepto (Pervin 1996, 71). 6) El sistema de valoración de las preguntas corre el riesgo de depender en un número significativo de casos de la subjetividad de los evaluadores. 7) Al igual que en otros tests de creatividad, nos encontramos con la dificultad de evaluar la creatividad en momentos puntuales y *artificiales* (situación de clase, por ejemplo).

A pesar de las que considero limitaciones de la prueba y que naturalmente pueden compartirse o no, creo que el instrumento es fruto de un laudable esfuerzo realizado por un dilatado equipo (más de sesenta personas si contamos a los colaboradores) y que abre un prometedor camino para la evaluación de la creatividad en el mundo hispano.

- *PIC. Prueba de imaginación creativa*⁶.- Es un test recién nacido (Artola et alii 2004) encaminado a evaluar la creatividad a partir de aspectos verbales y gráficos. Como indica el propio manual, esta prueba consta de cuatro juegos o subtests: los tres primeros verbales y el cuarto gráfico. En el juego 1 se presenta un dibujo (un niño abriendo un cofre), y el sujeto debe imaginar y escribir todo lo que puede suceder en la escena. En el juego 2 se pide al niño que haga una lista de todos los usos posibles de un objeto (tubo de goma). El juego 3 plantea una situación inverosímil (“¿Qué sucedería si cada ardilla, de repente, se convirtiese en un dinosaurio?”) y el niño debe responder lo que cree que sucedería. En el juego 4 el sujeto debe completar cuatro dibujos a partir de unos trazos dados y poner un título a cada dibujo.

Este test es aplicable a niños pertenecientes a cursos entre 3º y 6º de educación primaria (8-12 años). Las variables analizadas en la prueba son: fluidez, flexibilidad, originalidad, elaboración, sombras y color, título y detalles especiales. Se trata, en suma, de un instrumento español muy útil para la evaluación de la creatividad cuyo espectro de aplicación convendría ampliar.

5.- CONCLUSIONES

En el artículo que concluye hemos mostrado algunas de las trayectorias y desafíos de la psicopedagogía de la creatividad. Las instituciones escolares del siglo XXI no pueden ser ajenas a la detección y al desarrollo de la creatividad si de verdad se quiere favorecer una educación integral. El fomento de la creatividad responde a dos objetivos principales. Por un lado, ayudar a cada persona a que despliegue toda su potencialidad. Por otro, es menester impulsar el desarrollo social. Así pues, el resurgimiento de esta cuestión se debe tanto a la necesidad de favorecer la realización personal como a la conveniencia de responder a los retos de un mundo en permanente y vertiginosa transformación. De hecho, cada vez son más apreciadas las personas creativas y se dedican más esfuerzos a desvelar las dimensiones implicadas en el proceso creador. Esto es, al menos, lo que se empieza a plasmar en los discursos oficiales.

La escuela ha de identificar cuanto antes a los niños especialmente creativos, para que se les proporcione una educación ajustada a sus condiciones. No hay que soslayar, por otra parte, que todo niño, en virtud de su unicidad, está llamado a ser original, es decir, posee el caudal necesario para alejar de sí los automatismos y las presiones homogeneizadoras. La actualización del potencial creativo es mucho más fácil en centros educativos sensibles a la creatividad.

En cuanto a los procesos de evaluación, cabe señalar que, pese a las novedades en este campo -algunas de las cuales se han descrito en este artículo-, la creatividad se sigue resistiendo a una valoración precisa. Proponemos, por lo mismo, que los profesionales opten por una estrategia exploratoria de la creatividad lo más amplia posible integrada por entrevistas, observación, tests, informaciones provenientes de educadores, etc. Los resultados de las pruebas de creatividad no deben valorarse de forma aislada, sino en el marco de una prospección psicopedagógica exhaustiva.

Si bien los padres tienen una responsabilidad formativa fundamental por ser los primeros educadores naturales, también se deben introducir en la escuela nuevos métodos de enseñanza que favorezcan la aparición de conductas originales. Frente a la búsqueda del eficientismo y de la reproducción desmesurada de contenidos abogamos por impulsar el deseo de saber y la observación. Aunque hay que huir de la excesiva protección y de los ambientes rígidos, se debe proporcionar a los niños la necesaria seguridad para que puedan explorar y descubrir su entorno. Asimismo, es aconsejable promover la tolerancia y estimular la comunicación. La familia y la escuela pueden ser los manantiales o los diques de la creatividad, de ahí que se deban cambiar los planteamientos educativos en aras del enriquecimiento personal y social. Finalizamos ofreciendo un decálogo para el desarrollo de la creatividad:

- Trabajar con método lógico y con esfuerzo. Hay que animar, valorar y orientar el razonamiento y la aplicación del escolar.

- Estimular la capacidad de análisis crítico, la asunción de distintos puntos de vista, la comunicación, etc. El alumno debe preguntar y comentar, esto es, participar en la construcción de la clase.
- Cultivar la curiosidad y la exploración. Romper con la rutina, la frialdad y la fealdad metodológica.
- Promover el pensamiento heterogeneizante⁷, por su carácter singularizador, hondo y vivificador.
- Impulsar la realización de actividades y tareas en las que se ejerciten estrategias heurísticas.
- Desarrollar la sensibilidad y engrandecer el espíritu del educando mediante el acercamiento de la escuela a la Naturaleza, al arte, a la cultura y a la sociedad.
- Favorecer el descubrimiento de nuevos sentidos en los objetos, que es tanto como dilatar la percepción y ampliar la visión de la realidad.
- Generar un clima de trabajo apropiado para la investigación. Convertir la escuela en taller que despierte el entusiasmo y posibilite el "aprendizaje significativo".
- Con objeto de buscar la autonomía del educando se ha de evitar la mecanización y el dogmatismo en la enseñanza.
- Transitar, en suma, hacia una educación personalizada.

NOTAS

- 1 En contra de lo que en algunas ocasiones se sugiere, la inteligencia y la creatividad no son lo mismo. Por más que haya interacciones entre ambas, nos encontramos ante constructos distintos que poseen su propia estructura.
- 2 Me parece acertado distinguir el proceso creador de artistas y científicos, por más que las líneas divisorias no sean diáfanos. Alonso Fernández (1996, 110), describe con acierto dos formas extremas en el acto creador según se trate de unos o de otros. De un lado, la creatividad primaria nutrida por la inspiración y el esfuerzo. Es la creatividad de los artistas, caracterizada por la intuición y la fantasía, avanza a saltos y culmina con un logro imprevisto o "revelación", a semejanza del famoso ¡eureka! de Arquímedes. De otro, la creatividad secundaria, vía adoptada habitualmente por los científicos y contrapuesta en lo esencial a la anterior: se nutre de un pensamiento racional e intuitivo y merced al esfuerzo sostenido dinamizado con fugaces inspiraciones, que discurre sin interrupciones y sin uniformidad, y conduce a la conquista de lo nuevo con un resultado esperable a partir del trabajo realizado.
- 3 Marín Ibáñez, R. (1984, 21-24), cita algunos de los indicadores de la creatividad más utilizados y que nosotros tomamos como referencia para la formulación de metas.
- 4 Aunque hay dos formas paralelas (A y E), aquí tomamos como base de la somera descripción la forma A que permitirá al lector hacerse una idea del tipo de actividades que se proponen.
- 5 Martínez-Otero, V: "Evaluación de la creatividad en una muestra de alumnos universitarios mexicanos". Experiencia de Psicología Educativa presentada en el Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid, 11 de diciembre de 2003.
- 6 Cuando ya había dado por concluido el artículo, surgió la oportunidad de revisar esta nueva herramienta evaluadora de la creatividad y me pareció oportuno incluir algunas líneas descriptivas sobre

la misma.

- 7 Dice Antonio Machado (1999, 207-208) por boca de Juan de Mairena: "Nuestra lógica pretende ser la de un pensar poético, heterogeneizante, inventor o descubridor de lo real. Que nuestro propósito sea más o menos irrealizable, en nada amengua la dignidad de nuestra propósito". Más adelante continúa el maestro apócrifo hablando a sus alumnos: "Pero vosotros habéis de ir mucho más despacio. Antes de soltar los andadores de la vieja lógica tenéis que hacer largo camino con ellos. Para nadar en las nuevas aguas necesitáis aún de esa calabaza, que compense con su vacío la pesada macizez de vuestros encéfalos. Hemos de proceder con método. Comenzaremos por estudiar las deducciones incorrectas, los razonamientos defectuosos, los ilogismos populares, las confusiones verbales de los borrachos y deficientes mentales, etc; formas de expresión que no se adaptan con exactitud a los esquemas de la vieja lógica, pero que todavía no caen dentro de la nueva".

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALONSO FERNANDEZ, F. (1996): *El talento creador. Rasgos y perfiles del genio*. Madrid: Temas de hoy.
- ALONSO MONREAL, C. (2000): *Qué es la creatividad*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- ARTOLA, T.; ANCILLO, I.; MOSTEIRO, P. y BARRACA, J. (2004): *PIC. Prueba de imaginación creativa*. Madrid: TEA Ediciones.
- CORBALÁN, F. J. et alii (2003): *CREA. Inteligencia creativa. Una medida cognitiva de la creatividad*. Madrid: TEA Ediciones.
- GALTON, F. (1869): *Hereditary genius*. Nueva York: MacMillan.
- GUILFORD, J.P. (1950): *Creativity. American Psychologist*. 5, págs. 444-454.
- LANDAU, E. (2002): *El vivir creativo. Teoría y práctica de la creatividad*. Barcelona: Herder.
- MAC KINNON, D. W. (1980): *Naturaleza y cultura del talento creativo: herencia y medio*, en Beaudot. A.: *La creatividad*. Madrid: Narcea.
- MACHADO, A. (1999): *Juan de Mairena. I*, Madrid: Cátedra.
- MARÍN IBÁÑEZ, R. (1984): *La creatividad*. Barcelona: CEAC.
- MARTINEZ-OTERO, V. (1998). *Creatividad y educación. El Magisterio Español*. n° 11.397, pág. 23.
- MARTÍNEZ-OTERO, V. (2004): *Teoría y práctica de la educación*. Madrid: CCS. 2ª Edición.
- MARTÍNEZ-OTERO, V. (2004): *Creatividad sin freno. El cuaderno de los padres*. N° 14, págs. 24-25.
- NICKERSON, R. S.; PERKINS, D. N. y SMITH, E. E. (1998): *Enseñar a pensar. Aspectos de la aptitud intelectual*. Barcelona: Paidós-MEC.
- PERVIN, L. A. (1996): *La ciencia de la personalidad*. Madrid: McGraw.Hill.
- ROGERS, C. R. (1982): *Libertad y creatividad en la educación*. Barcelona: Paidós.
- SANZ DE ACEDO LIZARRAGA, Mª L. (1998): *Inteligencia y personalidad en las interacciones educativas*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- TORRANCE, E. P. (1972): *Manuel. Tests de pensée créative*. París: Les éditions du Centre de Psychologie Appliquée.
- TORRANCE, E. P. y MYERS, R. E. (1976): *La enseñanza creativa*. Madrid: Santillana.
- WALLAS, G. (1926): *The art of thought*. New York: Harcourt, Brace and World.