

MODELOS PARA VALORAR LA CREATIVIDAD

La valoración de la creatividad se puede enfocar bajo tres puntos de vista diferentes: desde la calificación del individuo, esto es, la *visión psicológica*; desde la perspectiva del proceso de actuación en el diseño de productos, es decir, la *visión del proceso*; bajo la visión del resultado de la acción, que se puede denominar la *visión del producto*. Para poder identificar el tipo de herramienta más adecuada para medir la creatividad, Penagos (2002) señala la importancia de definir no solamente con cual de estas visiones se quiere abordar el análisis, sino también determinar el dominio en el que se desea actuar, ya que <<la creatividad no existe como un elemento generalizable en todas las áreas de actuación del ser humano>>, y se podría dar una alta creatividad en un campo específico de acción, pero baja en otro.

(...)

Modelos Tradicionales de medición

Indudablemente que la psicológica es la visión de la creatividad que más interés y desarrollo ha tenido. Así, existen actualmente muchas pruebas que pretenden medir la creatividad del individuo, siendo las más conocidas el Test de Torrance (Torrance, 1974) y la batería de Guilford (Guilford, 1962), que proponen la medición de cuatro conceptos básicos para la creatividad: fluidez (verbal, de ideas, de asociación y de expresión), originalidad, flexibilidad y elaboración. Alrededor de estas propuestas se han desarrollado muchas otras (González, 1997) que matizan y subdividen aquellos factores en función de las propias experiencias y visiones de tales autores, aunque en todo caso, la base siguen siendo las propuestas inicialmente señaladas. Una de las críticas a la batería de Guilford y sus derivados, es el hecho de que permite mediciones de los factores de creatividad pero no posibilita la unificación de estos en un solo índice (un índice global o básico) que permita la comparación objetiva de resultados.

La taxonomía de los tipos de prueba de la creatividad propuesta por Hovercar (1989), clasifica más de 100 pruebas de creatividad, agrupándolas en ocho categorías diferentes: pruebas de pensamiento divergente; inventarios de actitudes e intereses, de personalidad y biográficos; evaluaciones de profesores, compañeros y supervisores; juicio de productos; estudio de personajes; auto-informes de actividades y rendimientos creativos. Esta clasificación da una perspectiva clara de la importancia dada en la Psicometría al tema de la creatividad.

A pesar del amplio interés que ha suscitado la medición de la creatividad en la psicología, la tarea sigue representando un reto para la ciencia. De hecho, en el contexto iberoamericano no existe sino un instrumento diseñado para ese propósito, ya que las pruebas comentadas anteriormente, han sido diseñadas y

validadas en otros contextos socio-políticos, por lo cual siempre existe la posibilidad de sesgos sociales y culturales difíciles de eliminar por las simples traducciones (aunque se intente realizar correcciones estadísticas).

Tomado de

Diseño conceptual de productos asistido por ordenador: Un estudio analítico sobre aplicaciones y definición de la estructura básica de un nuevo programa

Autor Chaur Bernal, Jairo