



# Creatividad en estudiantes universitarios venezolanos: creencias, percepciones y habilidades

Katherine Martínez<sup>1\*</sup>, Valentina Vélez<sup>2\*</sup>, Rubén Carvajal<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universidad Católica Andrés Bello; kmartinez.19@est.ucab.edu.ve

0009-0001-5630-659X

<sup>2</sup> Universidad Católica Andrés Bello; vvelezg.19@est.ucab.edu.ve

0009-0002-6926-3346

<sup>3</sup> Universidad Católica Andrés Bello; rcarvaja@ucab.edu.ve

0000-0002-3039-0922

## \*Correspondencia

Katherine Martínez y  
Valentina VélezTerrón  
kmartinez.19@est.ucab.edu.ve y  
vvelezg.19@est.ucab.edu.ve

## Conflicto de intereses

Los autores declaran la ausencia de conflicto de interés.

## Editora

Laia Lluich Molins (Universitat de Barcelona, España)

## Revisores

Alina, Escola Mare de Déu de Núria  
Marcel, Escola Mare de Déu de Núria

Marina, Escola Mare de Déu de Núria

Nora, Escola Mare de Déu de Núria

Erika, Escola Mare de Déu de Núria

Helena, Escola Mare de Déu de Núria

## Derechos de autor

© Katherine Martínez, Valentina Vélez, Rubén Carvajal, 2024

Esta publicación está sujeta a la Licencia Internacional Pública de Atribución/Reconocimiento-NoComercial 4.0 de Creative Commons.



La creatividad es un elemento indispensable en la supervivencia porque ha permitido la evolución y el desarrollo de los individuos, las organizaciones y la sociedad. Puede surgir como resultado de la simple curiosidad, la motivación o una necesidad.

Hay muchas formas de definirla: como un proceso dinámico que requiere tanto originalidad como utilidad, como la producción original de soluciones novedosas a problemas con un relativo grado de complejidad o como una capacidad para conectar ideas aparentemente dispares para crear algo nuevo y valioso (mientras más dispares sean las ideas, más creativa será la solución o el producto resultante).

Este es un elemento valorado en la sociedad; se demuestra cuando un ingeniero, un artista o un científico descubre un nuevo principio, una nueva técnica o desarrolla un proceso que revoluciona la industria, mientras que otros realizan tareas rutinarias asignadas.

Se han propuesto varios métodos para medir la creatividad de un individuo cuando se le pide llevar a cabo procesos de razonamiento que buscan resolver problemas; entre ellos, el *test de usos alternativos* para examinar las respuestas de las personas ante los posibles usos que pueden dar a un objeto (como un ladrillo), por lo que se ha convertido en un instrumento para medir el pensamiento creativo.

En años recientes se comprobó que ese test también puede medir el llamado pensamiento divergente, que es un buen indicador de las soluciones útiles y originales a los problemas.

Usamos ese test para comprender mejor la creatividad en una muestra de estudiantes universitarios venezolanos como parte de un proyecto neuroeducativo que busca estimular la creatividad a nivel educativo.

Quisimos conocer las creencias de 26 estudiantes universitarios (dos por carrera) acerca del rol del cerebro en la creatividad; también exploramos cómo se percibían a sí mismos en cuanto a su nivel de creatividad y el de los estudiantes de otras carreras. Luego contrastamos estas autopercepciones con los resultados del test del ladrillo. En promedio tenían unos 21 años y estudiaban en una universidad privada de Caracas, la Universidad Católica Andrés Bello.

Encontramos que la mayoría de los encuestados opinó que la creatividad está asociada con el hemisferio cerebral derecho a pesar de que, hoy en día, la mayoría de los especialistas cree que la creatividad no es ni un proceso exclusivo del hemisferio derecho, ni de regiones específicas como la corteza prefrontal, sino uno en el cual participan redes neuronales de ambos hemisferios en un proceso de interacción constante que permite obtener la respuesta más eficiente ante cualquier problema.

El resultado anterior no nos sorprendió, porque es un neuromito muy difundido por la psicología popular y es posible que los estudiantes de las carreras donde no se estudia el funcionamiento del cerebro –o a quienes sencillamente no les atrae este tema– se hayan dejado llevar por las falsas creencias sobre la creatividad.

Lo que sí nos sorprendió fue que la mayoría de los encuestados expresó que las carreras humanísticas (Comunicación, Letras, Educación, Filosofía) eran donde se encontraba la mayor cantidad de estudiantes creativos, quizás por otra creencia muy difundida: solo los artistas y literatos poseen ese don.

Creemos que estas percepciones pudieron estar influidas por el ambiente en el que se desempeñan los estudiantes universitarios de esta muestra, donde es posible que se considere que las carreras asociadas a los números, ejecución de procesos complejos, pensamiento crítico o análisis socioeconómico no requieran un pensamiento creativo para la resolución de problemas.

Sin embargo, luego vimos que esa baja autopercepción de la capacidad creativa no guardaba relación con los resultados de los test que miden la creatividad real; y aunque la percepción de la creatividad puede considerarse como una variable interesante, dice muy poco o nada de las habilidades creativas.

En otras palabras, encontramos una brecha entre la manera como se perciben ciertos estudiantes y lo verdaderamente creativos que resultaron ser. Muchos confiaron más en las capacidades creativas de otros que en las propias, y en el test de desempeño creativo se evidenció otra cosa, como veremos a continuación.

Con el test medimos cuatro criterios: fluidez (cantidad de usos que los estudiantes daban a un ladrillo), flexibilidad (cantidad de categorías diferentes para usar el ladrillo), originalidad (usos originales del ladrillo, es decir, que habían aparecido

una sola vez) y elaboración (nivel de detalle con el que los sujetos describen sus respuestas).

Para los cuatro criterios se tabularon las respuestas y luego se sumaron los puntajes obtenidos en los criterios de fluidez, flexibilidad, originalidad y elaboración por parte de todas las carreras para conocer cuál poseyó mayor potencial creativo.

Así, pudimos comparar los resultados de la carrera percibida como la más "creativa" (Comunicación Social) con la que obtuvo mejor desempeño en el test de pensamiento divergente con los criterios anteriormente descritos (Ingeniería de Telecomunicaciones).

La cantidad de ideas producidas se utilizó como un indicador del potencial creativo y del pensamiento divergente gracias a la regla de igualdad de probabilidades, que expresa que quienes hayan producido un gran y diverso número de ideas tienen mayores probabilidades de que alguna de sus obras asegure su eminencia a lo largo del tiempo.

La imaginación es uno de los potenciadores de la creatividad cuando se le da rienda suelta sin importar la profesión que se curse. La formación previa, tanto en primaria y bachillerato como en el entorno familiar, constituyen agentes potenciadores y fuerzas liberadoras del talento creativo y es en la universidad donde mejor se manifiestan, cuando el cerebro adolescente se va acercando a su madurez.

Los resultados de esta investigación parecen sugerir una negativa relación entre la autopercepción de la creatividad según la carrera y la puesta en práctica de sus propias respuestas creativas, como se propuso en la tercera hipótesis.

Creemos que esta investigación exploratoria permite abrir nuevos estudios que permitan verificar la poca vinculación entre la autopercepción de una persona como creativa y las habilidades prácticas que lo demuestren.

También es importante evaluar otros factores que puedan estar relacionados con el potencial creativo, como el sexo, la inteligencia, la personalidad o la motivación.