

opción

Revista de Antropología, Ciencias de la Comunicación y de la Información, Filosofía,
Lingüística y Semiótica, Problemas del Desarrollo, la Ciencia y la Tecnología

Año 32, diciembre 2016, N° Especial

12

Revista de Ciencias Humanas y Sociales

ISSN 1012-1537 / ISSN-e: 2477-9385

Depósito Legal pp 198402ZU45



Universidad del Zulia
Facultad Experimental de Ciencias
Departamento de Ciencias Humanas
Maracaibo - Venezuela

Opción, Año 32, Especial No.12 (2016): 701-723
ISSN 1012-1587 / ISSN: 2477-9385

Genios y botellas: Cómo se imparte pensamiento creativo en la UOC

Silvia Sivera-Bello

Universitat Oberta de Catalunya (España)

ssivera@uoc.edu

Resumen

Pensamiento creativo es una asignatura básica del Grado en Comunicación de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). En el momento de su diseño metodológico se optó por transgredir algunos de los preceptos básicos del e-learning y, por ejemplo, se incluyó dentro de los materiales de la asignatura una botella de cristal. En este trabajo se expone el proceso de creación, implementación y evaluación de la asignatura, tras diez semestres de docencia. El análisis de las encuestas de satisfacción institucionales y de los cuestionarios impulsados por el equipo docente evidencia la importancia de los materiales, condicionada por la tarea del profesorado.

Palabras clave: Pensamiento creativo; Comunicación; E-learning; Tinkering; Recursos docentes.

Genius and bottles: How we teach creative thinking at the UOC

Abstract

Creative Thinking is a basic subject in the Communication Degree at the Open University of Catalonia (UOC). In regard to its methodological design, some basic precepts of e-learning were surpassed. For example, a glass bottle was included as a part of the academic materials. This paper exposes the whole creation process, as well as its implementation and assessment after eleven semesters of teaching. The analysis of the institutional satisfaction surveys and the questionnaires sent by the teaching team demonstrates that materials are a key factor, although conditioned by the performance of the lecturer.

Keywords: Creative thinking; Communication; E-learning; Tinkering; Teaching materials.

INTRODUCCIÓN

La adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), conocido como el plan Bolonia, supuso para muchas universidades españolas el replanteamiento sustancial de los esquemas docentes, más allá de la reducción de los planes de estudio a cuatro años. Para la UOC, sin embargo, una universidad virtual cuyo modelo educativo estaba centrado desde siempre en el estudiante, la posibilidad de la convergencia europea en materia de educación facilitó sobre todo la apertura a nuevas ofertas formativas. Fue el caso del grado en Comunicación, que a partir de 2009 pasaría a sustituir, en paralelo al periodo de extinción progresivo de las licenciaturas, a los segundos ciclos de Comunicación audiovisual y Publicidad y relaciones públicas.

Tanto por la propia naturaleza de la universidad –la primera del mundo totalmente virtual– como por la del grado que se trataba –con cierta tradición en el ámbito europeo, pero completamente nuevo en el español–, el desafío a la hora de diseñar el plan de estudios fue notable.

Se pretendía romper con las parcelas tradicionales de formación en el ámbito y apostar por un enfoque multidisciplinar, dirigido a un profesional de la comunicación polivalente, preparado para ejercer en todo tipo de medios y soportes (digitales, audiovisuales, escritos) y capaz de responder a diversos objetivos estratégicos (expresivos, persuasivos, informativos).

Para asegurar la preparación necesaria para las diferentes salidas profesionales, la nueva titulación contemplaba un currículo integral de asignaturas transversales (60 créditos ECTS básicos y 114 obligatorios) e itinerarios de optatividad (54 créditos ECTS)¹.

Entre las asignaturas básicas, de curso obligatorio para todos los estudiantes, se incluyó Pensamiento creativo, una materia transversal que debía introducir a los futuros comunicadores en el conocimiento y la práctica de diversas técnicas para el estímulo de la creatividad. Así, entre las competencias fundamentales que debían adquirir los estudiantes tras haberla cursado, destacaba: la capacidad y habilidad para dar forma creativa a los mensajes, automatizando técnicas creativas ante cualquier problema de comunicación, es decir, la capacidad para conseguir mensajes persuasivos.

En consecuencia, el diseño de la asignatura en particular se abordó asimismo como una provocación y una oportunidad para la disrupción y la práctica de nuevas metodologías docentes. Dado que debía contemplar el aprendizaje de técnicas creativas para diferentes perfiles de comunicadores (futuros periodistas, publicitarios, relaciones públicas, creadores audiovisuales, etcétera), se requería un esquema de funcionamiento que permitiera transitar con fluidez por todas las especialidades. Paradójicamente, este esquema se vertebró a partir de un objeto sólido, en las antípodas de los recursos de aprendizaje habituales en un entorno de *e-learning* (habitado a los formatos digitalizados o al papel). Así, junto con el manual didáctico impreso *Dos hemisferios y una guía* (Blasco *et. al.*, 2010)² y el libro de referencia del padre del pensamiento lateral, Edward De Bono,³ los estudiantes recibirían a inicios de semestre en su domicilio una botella de cristal transparente, vacía, y con un sencillo tapón de corcho.

Esta botella vehicularía todos y cada uno de los ejercicios que los estudiantes debían resolver para practicar las diferentes técnicas creativas expuestas en los materiales, de tal manera que se pudieran obtener finalmente productos comunicativos de índole diversa: un

reportaje sobre la historia de una botella, la campaña publicitaria de lanzamiento de un nuevo producto embotellado, el guion para un cortometraje sobre una botella rota, el diseño de un evento para una marca de bebidas espirituosas o un microrelato, por poner solamente unos ejemplos de cada ámbito.

Con este acercamiento docente similar al *tinkering*, los estudiantes han ido aprendiendo desde el segundo semestre del curso 2009-10 (el primero en que se ofreció) que es posible utilizar cualquier objeto cotidiano como detonante de su creatividad y, en concreto, se implican en la innovación a través de la combinación de ideas surgidas a partir de la botella.

Aunque se pensó inicialmente que el uso de un mismo objeto implicaría un desgaste del equipo docente y un menoscabo paulatino del efecto sorpresa de los estudiantes ante la recepción de los materiales, la práctica continua durante diez semestres no ha evidenciado notables síntomas de agotamiento en unos u otros. Los resultados de las encuestas de satisfacción que realiza sistemáticamente la universidad así lo avalan. Pero también se constata a partir de los cuestionarios que el equipo docente de la asignatura envía a sus aulas con el fin de profundizar en dimensiones más cognitivas, afectivas y conductuales.

1. ENCUADRE TEÓRICO

En la UOC se entienden como metodologías docentes la aplicación del conjunto de estrategias y métodos de enseñanza y aprendizaje que orientan la acción docente para que el estudiante aprenda de manera integral, haciendo que las actividades, los recursos, las herramientas, el entorno y la evaluación sean coherentes con una aproximación didáctica (eLearn Center, 2015).

Así pues, dentro del modelo educativo propio se distinguen dos grandes grupos metodológicos: el aprendizaje autónomo y el conocido como *learning by doing*. Este último se basa en el aprendizaje activo del estudiante, al que se le proponen actividades prácticas que le permiten experimentar y conseguir objetivos específicos más allá de las calificaciones. Se trata de una manera natural de aprender, al mismo tiempo que se promueve la reflexión sobre lo aprendido durante y después de realizada la actividad. Es, además, la forma preferida de

aprendizaje de las nuevas generaciones en los entornos digitales (Noguera, 2015).

La asignatura Pensamiento creativo se diseñó en función de esta metodología docente específica, con la intención de que hubiera un detonante común de la creatividad para todos los estudiantes que diera coherencia y articulase el conjunto de actividades de aprendizaje. Este detonante sería un objeto que los estudiantes tendrían que manipular, tanto física como conceptualmente. Y el objeto más disruptivo que podía plantearse en esos momentos, dentro de las limitaciones de envío de materiales a cualquier lugar del planeta, era algo muy cotidiano, voluminoso y rompible: una botella de vidrio. Los estudiantes tendrían metafóricamente que llenarla, vaciarla, deconstruirla, darle la vuelta, cambiarla estructuralmente, reconstruirla, mutarla, en definitiva, reinventarla, y elaborar a partir de ahí diversos artefactos de comunicación.

Esta elección se acerca, por tanto, a la técnica del bricolaje, que en el entorno anglosajón es conocida como *tinkering* y se define como:

(...) it refers to playing in a creative way with things that are ready to hand. It has power to describe how children play creatively with everyday objects such as sheets or stones, making fantasy worlds and telling stories. It can also be used at a different scale to support a more abstract process of innovation through playing with a combination of ideas and tools until new concepts start to form (Sharples *et al.*, 2014:37).

La aplicación del *tinkering* en un entorno virtual, para adultos y con un mismo objeto de trabajo para todos los integrantes del aula fue una apuesta innovadora, puesto que hasta la fecha se trataba de una técnica enmarcada especialmente en la educación infantil.

Así pues, se ofrecía a los estudiantes universitarios la posibilidad real de un acercamiento al aprendizaje experiencial, altamente recomendado por los expertos en tendencias metodológicas:

(...) las universidades deben cambiar el enfoque basado en el contenido por un enfoque más centrado en las habilidades de aprendizaje. Deberían animar a los estudiantes a aprender de forma más activa e

independiente involucrándolos en la experiencia y en las actividades de aprendizaje (Gros y Noguera, 2013:132).

El modelo educativo actual de la UOC contempla el uso de los materiales didácticos como fuente del contenido de la asignatura, pero no como hilo conductor, ya que, de acuerdo con el EEES, este papel lo asume la actividad que debe realizar el estudiante y que se concreta en el plan de aprendizaje de la asignatura. En este sentido, los ejercicios obligatorios que deben realizar los alumnos de Pensamiento creativo están diseñados a partir del pretexto de la botella, que se conecta con el resto de contenidos de la materia.

Como ejemplo del planteamiento de actividades, durante un semestre lectivo se pueden proponer varias Pruebas de Evaluación Continua (PEC), de realización obligatoria si se quiere superar la asignatura sin necesidad de asistir a un examen final presencial (fig. 1). Una de ellas puede consistir en la síntesis de los conceptos principales del libro de Edward De Bono, *El Pensamiento Creativo*, con una serie de requisitos: la elección del destinatario, por lo que el estudiante debe escoger un determinado registro para la comunicación; la limitación en la extensión, para que la síntesis quepa en la botella, lo que obliga a practicar un tipo de redacción condicionada como la periodística (en la que el espacio y el tiempo son variables fundamentales); y la puesta en práctica de alguna de las técnicas creativas que recoge el libro.

Otra PEC puede consistir –como de hecho ha consistido en alguna ocasión⁴ en el vacío metafórico de la botella, con la consecuencia lógica de la aparición del concepto “sed”. A continuación, se le pide al estudiante que haga un listado de asociación de ideas (generación cuantitativa) y que, a partir de cada una de ellas aplique la técnica de la huida por provocación (De Bono, 1994) para conseguir una bebida que calme la sed al instante. Acto seguido, debe escoger la provocación más inspiradora (selección crítica) y construir un relato de venta (una cuña radiofónica, un anuncio televisivo o un folleto).

Figura 1. Ejemplos de actividades para la asignatura Pensamiento creativo

EMBOTELLAMOS A DE BONO

Pensamiento Creativo
Prueba de Evaluación Continua 1

¿Qué es necesario para hacer esta PEC?

El Pensamiento Creativo de Edward de Bono
La Botella
Capacidad de síntesis y análisis
Creatividad

Bienvenidos a Pensamiento Creativo.

Acabamos de pasar un vídeo que os enseñará en el método del pensamiento creativo y que seguro que nos pedirá esfuerzo y entrega, pero también nos proporcionará mucha satisfacción y diversión en su camino.

De momento, habéis recibido los materiales, un libro y una botella de cristal.

Por ahora, si tenéis curiosidad, podéis ojear los materiales, y leer un poco de teoría hasta el punto 1.1 de primer módulo. Porque desde ahí se irá todo su fundamento en el libro *El pensamiento creativo* de Edward de Bono.

Y con la botella, ¿qué hacemos? Mirad la etiqueta, que es una maravillosa fuente de inspiración, os acompañará durante las próximas semanas y debéis de sentir mucho cariño a la hora de usarla (como algo más que un simple trozo de cristal).

Enunciado

Lee con la máxima atención las partes 1 (el *requisito del pensamiento creativo*) y 1.1 (*El pensamiento creativo: fundamentos y requisitos de los Pensamiento creativo*) de De Bono.

Da un tratamiento de lo que te pide, por lo tanto, puedes hacer con él lo mismo que haces con otros módulos didácticos, es decir, **hacerlo de papel de colores, hacérselo con acuarelas...** Toma nota de los conceptos/principios y de las ideas y conclusiones.

Cuando hayas terminado la lectura, coge un avión imaginario y aliméntalo de ideas.

Sólomente estás en el libro, lo ordenarás y subtelas.

Imagina que lo llevas a casa y te das cuenta de que no tiene un interruptor de corriente eléctrica. Únicamente, el botón de entrega de actividades de AULA, de ahí, y viertes la necesidad de compartir con alguien todo lo que has aprendido con la lectura del libro.

Por lo tanto, el primer paso es elegir a ese destinatario tu carta, un dibujo, un vídeo, un croquis... Que le envíes, para tenerlo en cuenta para adaptar tu registro de comunicación.

El segundo paso será elaborar el resumen/valoración del libro de De Bono con el propósito de que te sea útil en la botella.

Pensamiento Creativo
PEC 01.1 septiembre 2024 - Pág. 1

Pensamiento Creativo Prueba de Evaluación Continua 2

PROVOCAMOS Y VAGIAMOS LA BOTELLA

¿Qué es necesario para hacer esta PEC?

El Pensamiento Creativo de Edward de Bono
La Botella
Capacidad de síntesis y análisis
Creatividad

Acabamos de pasar la primera fase de la asignatura. En este momento ya sois más expertos, habéis conocido a De Bono y su técnica. Ahora que ya conocéis sus métodos os toca trabajar un poco más a fondo.

Vamos a trabajar una de las partes del libro de Pensamiento Creativo, aquella que sirve para poner en práctica el "pensar diferente". Entremos de lleno en las provocaciones.

Para conseguirlo, necesitáis tener muy asentado el apartado de las producciones del libro de De Bono y empezar a practicar:

Coge la botella, mírala y obsérvala muy atentamente.
¿Está llena?, ¿está vacía? ... En esta asignatura va todo es posible.

Imagina que primero llena de agua y después, imaginas que estás en medio del desierto, que tienes la botella en vuestro entorno, pero que está vacía.
¿Qué horror, hace calor, mucho y tendrás mucha sed, ¡mucho!

EJERCICIO 1

Elabora, a partir del concepto "best", un listado de 5 palabras relacionadas con el tema. Recordad que estamos practicando pensamiento: lateral, o sea que intentad romper tópicos y procurar ir más allá.

EJERCICIO 2

Ahora que ya tenéis las 5 palabras escritas en una hoja, es necesario que apliques el método de la "lluvia" a estas palabras y, para cada una de las cinco palabras, hace falta escribir dos provocaciones de manera que al final saques 10 provocaciones en total. Sugéraslas a provocar, ¡lévelas y hazlo!

Csikszentmihályi (1998) apunta tres elementos clave para el estudio sistemático de los productos creativos: la persona o el talento creador, el campo o disciplina en la cual la persona trabaja y el ámbito circundante que emite juicios sobre la calidad de los individuos y los productos. Los ejercicios realizados en la asignatura Pensamiento creativo permiten evaluar las potencialidades creativas de cada estudiante, como si fueran genios de sus propias botellas, en diferentes disciplinas de la comunicación y dentro del ámbito crítico del aula, en el que tanto el profesor como el resto de compañeros pueden emitir juicios sobre los trabajos realizados.

En este sentido, la transparencia de la dinámica de aprendizaje facilita también la evaluación de los estudiantes desde la perspectiva orientada al proceso, más que al resultado, otra recomendación en *e-learning* cercana al enfoque constructivista (Guàrdia y Sangrà, 2005).

Puesto que el objetivo de este artículo se centra precisamente en la evaluación longitudinal del planteamiento docente a lo largo de diez semestres, a continuación se expone el proceso de construcción

metodológica del análisis, basado en la obtención de evidencias sobre la aceptación de la asignatura.

2. MÉTODO DE ANÁLISIS

Al finalizar cada semestre lectivo, el departamento de Planificación y Calidad de la UOC envía a todos los estudiantes una encuesta para conocer su grado de satisfacción con respecto a cada asignatura cursada.

Las preguntas contenidas en la encuesta se dividen en cuatro grandes bloques, que intentan abarcar el espectro de aspectos fundamentales de docencia. Así, hay un bloque con cuestiones relativas a la satisfacción de la acción de consultoría,⁵ otro sobre los recursos de aprendizaje, otro sobre el sistema de evaluación de la materia y, como resumen, uno dedicado a la satisfacción general con la asignatura. Dado que el bloque relativo al sistema de evaluación se refiere estrictamente al proceso de validación mediante las pruebas finales presenciales, y puesto que a lo largo de la oferta de Pensamiento creativo, este se ha mantenido inalterable (la asignatura puede superarse mediante el seguimiento de la evaluación continua *online* o, en su defecto, de la realización de un examen teórico-práctico *offline*), se ha descartado su inclusión dentro del presente análisis.

Hasta el segundo semestre del curso 2011-12 (20112, en codificación UOC), las posibilidades de respuesta en cada pregunta eran binarias, pero a partir de entonces se utiliza una escala de Likert de cinco puntos convencional (totalmente de acuerdo, de acuerdo, indiferente, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo). Esto implica el sumatorio de las respuestas equidistantes positivas y negativas, pero se ha optado desde la institución a que las respuestas indiferentes computen como negativas, por lo que deberá tenerse en cuenta una corrección al alza en el análisis de los datos a partir de ese curso de inflexión.

En cualquier caso, se analizarán longitudinalmente las respuestas obtenidas durante diez semestres consecutivos, tanto para la asignatura en su conjunto, como para todas las aulas del campus catalán. Durante este tiempo, ha habido cinco consultores diferentes y es cuando se entra en el detalle de aulas concretas (es decir, en la tarea individual y

aislada de cada consultor) cuando podrá apreciarse la dependencia entre las variables de estudio.

A este respecto, se considera como variable independiente al conjunto de recursos de enseñanza-aprendizaje (que en la encuesta institucional incluye el conjunto de materiales, la documentación que aparece en el aula y en la biblioteca, así como las actividades o PEC propuestas). Salvo las PEC, que se cambian por completo cada semestre, el resto de recursos ha permanecido bastante estable a lo largo del tiempo de estudio.⁶ Las variables dependientes serán, por tanto, la satisfacción de los estudiantes en relación a la acción de consultoría y, también, la satisfacción general con la asignatura.

A parte del inconveniente del cambio en el diseño de la encuesta institucional, que puede distorsionar los resultados del análisis, la imposición de la generalización –entendida como la necesidad de realizar una misma encuesta para todas las asignaturas– obliga a la búsqueda de nuevas herramientas metodológicas cuando se quiere profundizar sobre aspectos concretos y conviene tener en cuenta la idiosincrasia específica de cada materia.

En este sentido, desde el segundo semestre de impartición de Pensamiento creativo se lanza periódicamente un cuestionario semiestructurado, anónimo y exclusivo para los alumnos matriculados en la asignatura, que intenta proveer más *insights* para la mejora, gracias a las preguntas abiertas. Además, las cuestiones que se abordan tratan de profundizar en cada aspecto más cualitativamente que las de la encuesta institucional. Por ejemplo, se pregunta sobre si la asignatura ha cumplido las expectativas que el estudiante había depositado en ella a la hora de matricularse, sobre su percepción en cuanto a las horas de estudio dedicadas, sobre los aspectos mejorables en los materiales y sobre todas aquellas cuestiones, negativas y positivas de cualquier ámbito, a las que se quiera referir.⁷

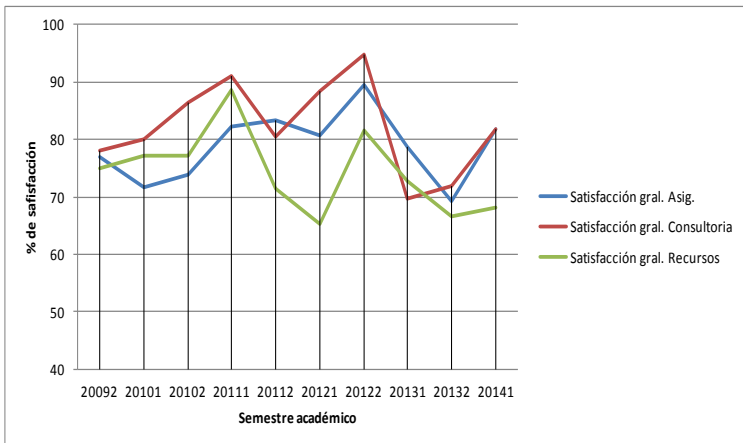
Los resultados deben completar y matizar los obtenidos en primer lugar por la encuesta institucional, que a su vez ha de permitir el apunte de tendencia en relación a los tres parámetros analizados: la satisfacción general con la asignatura, la satisfacción sobre la acción de consultoría y la satisfacción con los recursos de enseñanza/aprendizaje.

ANÁLISIS

El registro de todos los datos de satisfacción recopilados durante los diez primeros semestres de docencia de Pensamiento creativo revela una fotografía con altibajos de valoración dentro de la franja del notable (fig. 2). Como referencia, hay que tener en cuenta que el porcentaje de satisfacción medio de la asignatura (todos los parámetros analizados en todas las aulas durante todos los semestres) se eleva al 80,53. En consecuencia, las puntas al alza o a la baja no provocan alarmismo y se analizarán igualmente en profundidad para detectar los motivos de la desviación.

Excepto en uno de los semestres (el primero del curso 2013-14, es decir, 20131), la acción de consultoría es el indicador mejor valorado y el que parece modelar el comportamiento de los demás. La satisfacción con los recursos, en cambio, es el parámetro más elevado en ese mismo semestre (por encima incluso de la satisfacción general con la asignatura). Las razones de tal excepción se encuentran también en la puntual valoración negativa de uno de los docentes (que obtuvo el 40 % de satisfacción) y en la moderada de los otros dos (que quedaron cercanos al 65 y al 73 %, respectivamente).⁸

Figura 2. Gráfico histórico comparativo de tres parámetros de satisfacción en Pensamiento creativo



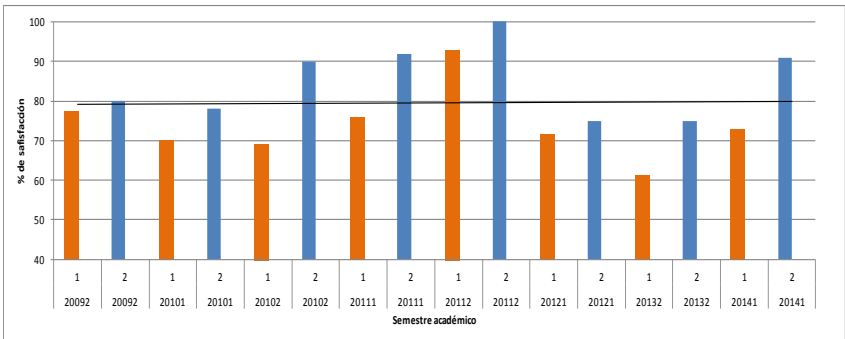
Dado que ha habido fluctuaciones en cuanto al número de aulas, en función del número de estudiantes matriculados,⁹ el equipo docente ha

ido variando a lo largo de los semestres. Sin embargo, dos de los consultores se han mantenido siempre constantes (salvo en un semestre de descanso, respectivamente). Por tanto, se ha considerado pertinente comparar el comportamiento en términos de satisfacción de ambos a lo largo de los semestres en que coincidieron en el campus virtual. En el eje de abscisas (figs. 3, 4 y 5) discurren los ocho semestres de coincidencia de los docentes, identificados cada uno de ellos con los números 1 y 2, mientras que en el eje de ordenadas figuran los porcentajes de satisfacción.

Asimismo, se incluye en los gráficos la tendencia de evolución, que se ha calculado utilizando la regresión lineal como técnica estadística, y se visualiza en los tres siguientes con una línea horizontal negra.

Para empezar (fig. 3), se analiza comparativamente el grado de satisfacción general con la asignatura que muestran los estudiantes del consultor 1 (barras naranjas) y los del consultor 2 (barras azules).

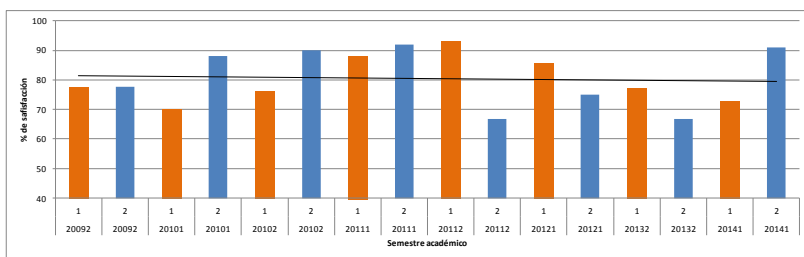
Figura 3. Satisfacción general con la asignatura: comparativa entre aulas de dos docentes



En todos los semestres, se obtienen mejores resultados con el docente del aula 2 y la línea de tendencia sube casi imperceptiblemente a lo largo del recorrido temporal, superando el 80 % de satisfacción. En cambio, cuando se pone el foco en la satisfacción por la acción de cada consultor, se percibe el efecto contrario y tiende a descender ligeramente de ese mismo porcentaje (fig. 4). La diferencia entre consultores se minimiza en este caso y

en la mitad de los semestres se valora de igual o mejor manera al docente del aula 1.

Figura 4. Satisfacción con la acción de consultoría: comparativa entre aulas de dos docentes

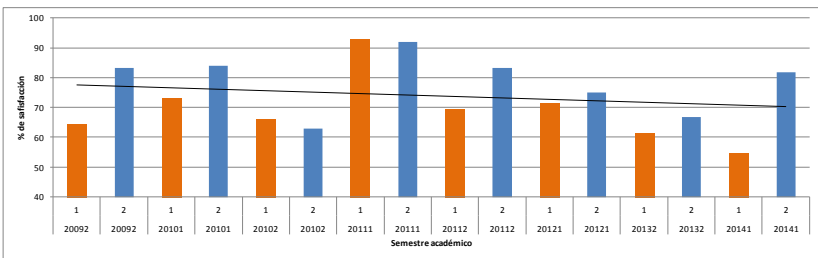


Es el indicador de los recursos del aula el que acentúa el descenso y evidencia un cierto desgaste de los materiales (fig. 5). Existe correlación entre la satisfacción por la acción de consultoría y los recursos, pero en algunos casos es positiva y en otros, negativa. Pese a que en términos generales, una acción de consultoría bien valorada va ligada con una buena valoración de los recursos, cuando se va al detalle de los consultores concretos esta dependencia no es tan clara –e incluso puede ser contradictoria, como es el caso de los dos docentes analizados–.¹⁰

El moderado desgaste producido en la satisfacción por los materiales puede deberse a la desactualización de determinados contenidos (por ejemplo, en uno de los módulos didácticos aparecen entrevistas con creativos de diferentes ámbitos que van adquiriendo cierta pátina de obsolescencia con el paso de los semestres y aparecen ejemplos de campañas publicitarias de hace más de cinco años), pero la fluctuación en todo el histórico entre los momentos pico (con valoraciones de hasta un 93 %) y los momentos valle (con valoraciones que descienden en algún caso hasta el 40 %) debería explicarse por el acierto –o desacierto– en la propuesta de PEC que realizan los docentes (puesto que es el único elemento de los recursos que cambia cada semestre).¹¹ Evidentemente, también puede haber otros elementos exógenos que

incidan en estas variaciones, como las características de los estudiantes de cada curso, las dinámicas de relación que se establecen con los compañeros, los cambios de registro en el lenguaje utilizado por los docentes, el nivel de dedicación que les permitan sus obligaciones laborales habituales,¹² etcétera. No obstante, aquí no se tienen en cuenta estos factores porque se trascenderían los objetivos ambicionados en esta investigación.

Figura 5. Satisfacción con los recursos de aprendizaje:
comparativa entre aulas de dos docentes.



Para intentar concretar dónde reside el desgaste de los recursos de enseñanza/aprendizaje, debe recurrirse al análisis de las respuestas abiertas del cuestionario que el equipo docente envía a los matriculados de la asignatura.

En los primeros semestres, el tipo de *feedback* que se obtenía en relación a los materiales, hacía referencia principalmente a la experiencia global del estudiante con ellos, y se expresaba con afirmaciones como estas:

En general, el material ha sido de gran utilidad. Muy claro y lo más importante, fácil de entender. Lo que más me ha gustado ha sido comprender que se puede pensar creativamente a partir de diferentes técnicas.

Los módulos del curso han sido amenos, comprensibles, muy interesantes y agradables de leer. El gadget (la botella), creo que consiguió su propósito: provocarnos y hacernos pensar de forma lateral.

Lo que más me ha gustado de la asignatura, sin duda, ha sido la redacción de los materiales docentes. Han sido muy amenos y divertidos. Se nota que hemos dejado atrás lo de la letra con sangre entra.

No quiero pasar por alto el excepcional trabajo realizado por los autores del dossier,¹³ pues te engancha desde la primera hasta la última línea sin perder ritmo, sentido del humor y, en resumen, CREATIVIDAD!!!

La botella y descubrir a De Bono lo mejor del mundo. Los apuntes están muy bien, y son adecuados para trabajar la asignatura.

Gracias. Una muy grata y satisfactoria experiencia vital.

Lo que más me ha gustado ha sido la botella que daba lugar a expectativas creativas, el dossier de la asignatura me ha parecido bastante completo, mientras que el libro de “El pensamiento creativo” de De Bono no me ha aportado mucho creativamente, simplemente te ofrece unas directrices destinadas más bien al mundo empresarial.

Sobre el libro de De Bono hay que puntualizar que desde el principio ha provocado reacciones muy polarizadas: o gusta o desagrada, con pocos matices entre medio:

Lo que más me ha gustado es el libro de El Pensamiento Creativo.

He encontrado el libro de De Bono muy interesante, e incluso lo he prestado a familiares y amigos que no están estudiando ni tienen una relación con la materia en sus vidas laborales, y lo han encontrado interesante también.

La botella es muy original y el libro de De Bono es FANTÁSTICO.

Probablemente hay un antes y un después para todo aquel que lea a De Bono, encuentro genial la lectura de este libro en la asignatura.

... el libro de De Bono! ¿No habrá otro libro que sea lo mismo pero sin la paja?

El libro de De Bono es un poco tostón y muy enfocado a venderse a sí mismo. El resto de temario me ha parecido muy interesante.

El libro de De Bono solo tiene algunas partes interesantes, el resto del libro se lo pasa explicando lo bueno que es él y lo creativo que es y todo lo que ha ayudado a otras empresas e instituciones.

A mi juicio la lectura de De Bono es un total fiasco, por simplona, aburrida, previsible, aséptica y tendenciosa.

Lo sustituiría por otro, es demasiado pesado y te llena la cabeza de demasiadas ideas difíciles de aplicar.

Otro tema sobre el que se polarizan las opiniones es el de la propuesta de ejercicios (PEC). Precisamente en los semestres de peor valoración de los recursos (20121 y 20132) se encuentran *verbatim* como los siguientes en los cuestionarios de satisfacción:

El único “pero” que encuentro a la asignatura ha sido el planteamiento de las PEC, que en algunas ocasiones fue un poco confuso.

Me ha gustado la idea, muy loca [de la asignatura], pero las PEC planteadas fueron un poco enrevesadas.

Lo que me ha gustado menos son los contenidos de los ejercicios de las PEC. Si uno no es creativo, o lo es poco, lo tenía muy complicado.

Creo que algunas PEC están mal planteadas o más bien el enunciado tiende a confundir.

En mi opinión, la asignatura estaba muy enfocada a la publicidad. Solo la última PEC ha permitido desarrollar la creatividad en otros campos.

Personalmente la primera PEC me resultó muy complicada porque no sabía qué tenía que hacer ni qué se esperaba de nuestro ejercicio.

No se debería hacer leer todo el libro en la primera PEC, y si se hace se debería dejar más tiempo de margen.

Las PEC eran interminables. Tantos pasos desvirtúan el objetivo.

La asignatura me ha gustado mucho pero he encontrado a faltar más indicaciones respecto a la realización de las PEC, ya que había enunciados un poco enredados y me han hecho confundir.

En cambio, en el resto de semestres en que sube la valoración, los comentarios que escriben los estudiantes al respecto de las PEC son del tipo:

Me ha encantado ver cómo, PEC tras PEC, mi cerebro se ha puesto al límite para crear lo que se necesitaba. No resultó algo orientativo sino algo totalmente efectivo, ya que en mi trabajo día tras día he comenzado a aplicar dichas técnicas con muy buen resultado. En conclusión, he aprendido a darme cuenta de que estoy ejercitando partes de mi forma de crear que nunca era consciente de que lo hacía, y ahora puedo decidir sobre mis propias ideas.

Son actividades muy interesantes. Lo digo de verdad, aunque haya pasado muy malos ratos pensando en cómo debía gestionar una creatividad que no me salía.

Todas las PEC eran muy adecuadas.

Cabe destacar que, de manera espontánea, algunos estudiantes efectúan comparaciones con otras asignaturas cursadas (o incluso con otros referentes), pero siempre resultan positivas:

La asignatura más difícil de las nueve que he hecho hasta ahora, pero ha merecido la pena. Un poco frustrante en ocasiones en que lo he dado todo y he sacado mala nota, pero en general, constructiva y brillante, con muchas ideas nuevas que absorber.

Lo que más me ha gustado es que comparar esta asignatura con el resto es como comparar el Código da Vinci con la Biblia. Los dos hablan de religión, pero el enfoque es muy distinto. Vosotros demostráis que el material didáctico también puede ser entretenido.

Sobre la botella, no hay duda de que entienden su función y la aceptan como un recurso o herramienta docente de valor, aunque también en alguna ocasión se ha llegado a cuestionar su envío junto con los materiales, esgrimiendo argumentos económicos:

La botella ha sido un método muy interesante para aprender y para motivar al alumnado.

Me ha gustado la herramienta de la botella, no esperaba que me ayudara tanto en las PEC y los módulos son muy completos.

Me ha encantado descubrir cómo podemos sacar tanto partido a una botella, es decir, a un objeto cotidiano.

Yo pondría más materiales como la botella, más objetos para trabajar con ellos.

...el tema de la botella es curioso y entretenido, pero solamente hace efecto la primera semana, después te planteas la necesidad del coste de envío y producción.

Por último, y como ejemplos fehacientes de la actitud creativa que imbuje a algunos estudiantes de Pensamiento creativo incluso después del período de docencia, que es cuando se les envía el cuestionario, un par de testimonios con los que resumen su percepción global de la asignatura.

Pensaba hacer un mapa mental para contestar, pero al ponerme el sombrero negro me entró una mala leche... Luego me di cuenta de que me había equivocado y

tenía el tricornio del disfraz de carnavales ;7 El libro de De Bono, como ya supondrán, es un poco rollo, repetitivo y muy norteamericano (por lo de vender su producto), sin embargo, se pueden destilar conceptos muy interesantes. El material de los tutores (pdf y web) es muy instructivo (gracias por los enlaces de vídeo) ¿quizás poder pasarlo a sonoro para las colas del coche? La botella me acompaña en el escritorio. Pronto me preguntarán si soy del club de alcohólicos anónimos. De ese no, pero quién sabe si algún día del de creativos. Gracias.

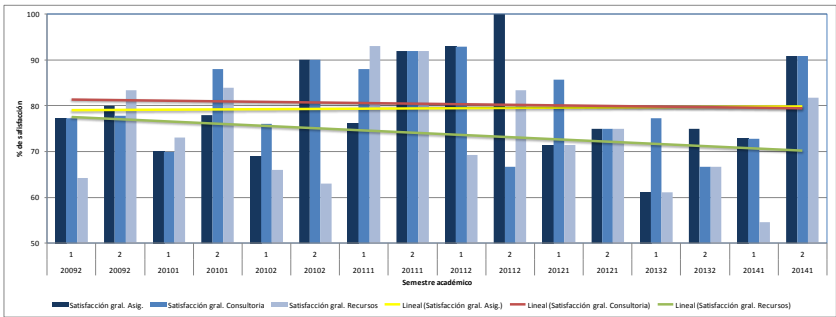
En primer lugar, sería un detalle rellenar la botella ;-)
Por ejemplo, de vino negro. No, hablando en serio, mi valoración global sobre la asignatura es muy positiva. La consultora ha estado ahí en todo momento y ha demostrado que se puede cursar una asignatura universitaria sin perder el sentido del humor y sin por ello exigir menos a los estudiantes. Ha sido una asignatura dura en volumen de trabajo pero agradecida por la adquisición de nuevos conceptos.

En algunas ocasiones los estudiantes aprovechan el espacio de las preguntas abiertas y el anonimato para felicitar y agradecer el trabajo de su consultor (con nombre y apellidos), pero en otras solicitan peticiones concretas, por ejemplo, que elaboren *feedbacks* más detallados y minuciosos de sus PEC o contesten con mayor celeridad sus correos electrónicos o las dudas que plantean en el foro del aula. En cualquiera de los casos, cabe recordar que la acción de consultoría es el parámetro de satisfacción mejor estimado (en algunos semestres y para algunos consultores se ha llegado al 100 %) y que, además, conviene corregir al alza los resultados de valoración y las líneas de tendencia que se obtienen a partir del semestre 20112, debido al cambio de diseño de evaluación de las encuestas (como ya se ha apuntado en el apartado sobre metodología).

A modo de resumen, en el siguiente gráfico (fig. 6) puede observarse la evolución real de los diferentes niveles de satisfacción

analizados en las aulas de los dos consultores habituales de la asignatura. La línea horizontal amarilla representa la tendencia de satisfacción general (que se eleva ligeramente desde el punto inicial), la roja se refiere a la acción de los dos consultores y, la verde, a la valoración de los recursos de aprendizaje.

Figura 6. Líneas de tendencia de las tres variables analizadas



3. CONSIDERACIONES FINALES

A raíz de este último gráfico, así como del global para todos los consultores durante todos los semestres de oferta de la asignatura Pensamiento creativo (fig. 2) y del análisis cualitativo realizado a partir de los testimonios anónimos de estudiantes, se puede esbozar la siguiente conclusión principal: los materiales son importantes, pero los estudiantes son más sensibles a la acción de consultoría. En otras palabras, la herramienta es fundamental y se valora, pero aún se valora más la maestría de quien enseña a manejarla.

De todas maneras, cada uno de los elementos de los recursos de aprendizaje de la asignatura se ha cuestionado para vislumbrar vías de perfeccionamiento y pasar del notable al excelente en términos de satisfacción:

- La botella agrada, pero sobre todo cuando es un vehículo para elaborar ejercicios creativos estimulantes. De entrada es bien recibida *per se* por la disrupción que supone y es aún

mejor asumida cuando contiene metafóricamente retos de aprendizaje que les gustan en forma de PEC.

- El libro *El pensamiento creativo* de Edward De Bono se entiende como un referente del ámbito. Sin embargo, detectada la polaridad que provoca su aceptación, conviene plantearse si constituye el mejor referente que puede proponerse a los estudiantes.

- Los módulos *Dos hemisferios y una guía* se siguen aceptando sin objeciones desde el primer día, pese a que en los últimos semestres se empieza a acusar cierta desactualización en determinados capítulos.

- Las PEC conforman el elemento variable de los materiales y en el diseño docente de estas pruebas de evaluación radica fundamentalmente el riesgo o la oportunidad de obtener peores o mejores resultados de satisfacción en el aprendizaje. El estudio longitudinal ha demostrado que la acción de consultoría también se modula por esta variable, pero que la horquilla en la diferencia de valoraciones está siempre en la franja del notable, por lo que se trata de un riesgo asumible.

En definitiva, el conjunto del planteamiento de la asignatura puede considerarse correcto después de diez semestres, puesto que responde con eficacia a los requerimientos competenciales y los estudiantes siguen mostrando una notable satisfacción tras cada curso. Convendría replicar el planteamiento metodológico del presente análisis en asignaturas que presenten estructuras y materiales más convencionales, para poder comparar con rigor si el esfuerzo que supone implementar propuestas más innovadoras como la de Pensamiento creativo compensa, sin dudas, todo lo que puede llegar a aprender el alumnado.

En cualquier caso, ha quedado patente que el rol del docente predomina sobre el de los recursos de aprendizaje. Especialmente en el entorno virtual, los estudiantes son muy receptivos al peculiar desempeño del profesor que es, en definitiva, quien les ayudará sacar el genio creativo que llevan dentro.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BLASCO, Rafa; MOLINÉ, Marçal y SIVERA, Silvia. 2010. **Pensamiento creativo: dos hemisferios y una guía.** Manual didáctico. Ed. UOC, Barcelona (España).
- BROWN, John Seely. 2000. Growing up digitally: How the web changes work, education and the ways people learn, **Change.** Vol. 32. Nº 2: 10-20.
- CSÍKSZENTMIHÁLYI, Mihály. 1998. **Creatividad. El fluir y la psicología del descubrimiento y la invención.** Ed. Paidós, Barcelona (España).
- DE BONO, Edward. 1994. **El pensamiento creativo. El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas.** Ed. Paidós Plural, Barcelona (España). eLEARN CENTER. 2015. Metodologies docents. Document de support per al professorat de la UOC. Disponible en http://www.uoc.edu/portal/_resources/CA/documents/elearncenter/guiesmodeeducatiu/Guia_metodologies_docents_eLC.pdf%20. Consultado el 06.09.2015.
- GROS, Begoña y NOGUERA, Ingrid. 2013. Mirando el futuro: Evolución de las tendencias tecnopedagógicas en Educación Superior. **Revista Científica de Tecnología Educativa, Campus Virtuales.** Vol. 2. Nº 2: 130-140.
- GUÀRDIA, Lourdes y SANGRÀ, Albert. 2005. Diseño instruccional y objetos de aprendizaje; hacia un modelo para el diseño de actividades de evaluación del aprendizaje on-line. **RED, Revista de Educación a Distancia.** Número monográfico II. Disponible en <http://www.um.es/ead/red/M4/>. Consultado el 10.09.2015.
- NOGUERA, Ingrid. 2015. How millennials are changing the way we learn: the state of the art of ICT integration in education. **RIED.** Vol. 18. Nº 1: 45-65.
- SHARPLES, Mike; ADAMS, Anne; FERGUSON, Rebecca; GAVED, Mark; McANDREW, Patrick; RIENTIES, Bart;

WELLER, Martin y WHITELOCK, Denis. 2014. *Innovating Pedagogy 2014. Exploring new forms of teaching, learning and assessment, to guide educators and policy makers*. Open University Innovation Report 3. Disponible en [http://www.openuniversity.edu/sites/www.openuniversity.edu/files/The Open University Innovating Pedagogy 2014_0.pdf](http://www.openuniversity.edu/sites/www.openuniversity.edu/files/The_Open_University_Innovating_Pedagogy_2014_0.pdf). Consultado el 08.09.2015.

-
1. Seis son los perfiles de optatividad del Grado en Comunicación de la UOC: creatividad publicitaria, creación audiovisual, gestión publicitaria, gestión audiovisual, comunicación corporativa y relaciones públicas, y comunicación informativa. Los estudiantes no están obligados a escoger uno de los perfiles y pueden matricularse de las asignaturas que prefieran. Una vez finalizadas, deben realizar el trabajo final de grado (12 créditos ECTS).
 2. Con el módulo didáctico *Hemisferio derecho* (escrito por Rafa Blasco) el estudiante se familiariza con los conceptos y procesos creativos; en el *Hemisferio izquierdo* (cuyo autor es Marçal Moliné) encuentra las bases y explicaciones racionales de la creatividad; y con la *Guía práctica* (de Silvia Sivera) puede ejercitar técnicas y métodos creativos, con actividades siempre vinculadas a la botella de vidrio.
 3. El libro de referencia que reciben los estudiantes matriculados en la asignatura se titula precisamente **El pensamiento creativo. El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas** (De Bono, 1994).
 4. Estos ejemplos son resúmenes de PEC reales que se han propuesto a lo largo de la oferta de la asignatura.
 5. En la UOC, a los docentes colaboradores que imparten la docencia virtual se les denomina consultores (de ahí la valoración de la acción de consultoría). El término profesor se ha restringido hasta la fecha a los docentes en plantilla que se responsabilizan del diseño, la implementación y el seguimiento de diferentes asignaturas.
 6. Los módulos didácticos no han sido aún actualizados, el libro de De Bono se mantiene intacto pese a las sucesivas ediciones y la botella es la misma referencia desde el inicio. Solamente se han ido añadiendo cada semestre algunos recursos textuales y audiovisuales en la biblioteca del aula que pretenden poner al día los contenidos fijos. Sin embargo, no se puede garantizar que los estudiantes los consulten sistemáticamente.
 7. El cuestionario consta de doce preguntas, entre las cuales se invita a comentarios abiertos en tres de ellas, sin límite de extensión.
 8. Una serie de coincidencias en las circunstancias personales y profesionales de los docentes explican el descenso en la valoración de su labor en la asignatura durante ese semestre.
 9. En la UOC se estipula un máximo de 70 estudiantes por aula, por tanto, cada vez que se supera un múltiplo de esta cifra, se abre una nueva aula (y se reparte el total entre el número de consultores).

10. En dos semestres consecutivos, por ejemplo, el docente del aula 1 obtuvo una mayor valoración de los recursos que el del aula 2, pese a que su labor de consultoría había mostrado un menor nivel de satisfacción. Y los dos semestres siguientes, en cambio, ocurrió el efecto inverso.

11. Hay que tener en cuenta que en la UOC los estudiantes no siguen un sistema rígido de matrícula y, aunque los tutores ofrecen recomendaciones de seguimiento de un plan de estudio, pueden matricularse de las asignaturas en el orden que deseen, así como de los créditos que consideren asumibles.

12. Los consultores de la UOC son siempre profesionales en activo en sus disciplinas respectivas, por lo que inevitablemente puede variar su grado de dedicación docente, en función de cómo trascorra su día a día laboral.

13. Algunos estudiantes denominan “dossier” al conjunto de los tres módulos didácticos.



**UNIVERSIDAD
DEL ZULIA**

opción

Revista de Ciencias Humanas y Sociales

Año 32, Especial N° 12, 2016

Esta revista fue editada en formato digital por el personal de la Oficina de Publicaciones Científicas de la Facultad Experimental de Ciencias, Universidad del Zulia.
Maracaibo - Venezuela

www.luz.edu.ve

www.serbi.luz.edu.ve

produccioncientifica.luz.edu.ve