

CREATIVIDAD, CALIDAD E INNOVACION

Ángeles Gervilla Castillo

CREATIVIDAD, CALIDAD E INNOVACIÓN

ÁNGELES GERVILLA CASTILLO

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

CONTENIDO

0. Introducción.

1. Concepto de Innovación
 - 1.1. Innovación y cambio
2. Productos creativos
 - 2.1 ¿Cómo se manifiesta el pensamiento productivo e innovador?
 - 2.2 Innovación y creatividad
 - 2.2.1 El papel del medio.
3. Niveles de cambio en Innovación
 - 3.1. Semantograma de la creación.
4. Calidad.
 - 4.1. Calidad percibida
 - 4.2. Calidad de la Educación
 - 4.2.1. La educación en valores
 - 4.2.2. Ley de calidad
 - 4.3. Calidad de la Enseñanza
 - 4.3.1. Calidad de la Enseñanza Universitaria
5. Innovación: Universidad-Empresa.
6. Bibliografía.

CREATIVIDAD, CALIDAD E INNOVACIÓN

ÁNGELES GERVILLA CASTILLO

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

Las personas creativas deben generar proyectos innovadores que dejen huella.

A lo largo de las últimas décadas, en los países industrializados, se advierte un creciente interés por parte de numerosos autores, teóricos y aplicados, en torno al estudio de la innovación organizacional (Anderson y King, 1993). No en vano, tal aspecto se ha relacionado frecuentemente con la prosperidad económica (West y Farr, 1990) y la supervivencia de las organizaciones. Como consecuencia de ello, se ha generado un gran volumen de investigación, desde diversos ámbitos como la economía, la administración de empresas e incluso la política, tomando el término de innovación en un sentido positivo (Rickards, 1996), en la medida en que parece estar asociada con una mayor productividad. Si bien, y tradicionalmente, el estudio de la innovación fue abordado desde las disciplinas anteriormente mencionadas, la complejidad y la multidimensionalidad del fenómeno innovativo son tales, que el punto de mira de los investigadores se ha ido extendiendo hasta alcanzar a otras ramas del saber, como la sociología y la psicología. Algunos autores, como por ejemplo West y Farr (1990), defienden que es precisamente desde ésta última donde más adecuado resulta investigar dicho fenómeno.

La creación de conocimientos es una de las fases, seguramente la más difícil y la más importante, del proceso más amplio de la innovación. La creación pertenece más al ámbito del individuo, la innovación requiere normalmente del concurso de estructuras sociales. Existe una fuerte relación entre los términos creación e innovación, aunque no

sean la misma cosa y, según a qué sectores de la actividad humana se apliquen, tiene más sentido hablar de uno u otro.

Creatividad e Innovación son dos conceptos con muchos elementos en común. Los estudios sobre creatividad ayudan a comprender mejor los de innovación y viceversa, porque una y otra suponen la introducción de algo nuevo y valioso en la realidad existente, porque ambas son procesos de transformación que contribuyen al crecimiento personal y social, ya que toda innovación tiene su origen en actitudes creativas. Sin embargo, mientras la creatividad ha sido estudiada bajo consideraciones psicológicas y pedagógica, la innovación se comprende mejor mediante procesos sociales o de grupo.

1. CONCEPTO DE INNOVACIÓN.

La Creatividad que no se concretiza en proyectos innovadores no da fruto...

Innovar es hacer algo nuevo... es transformar la realidad existente a través de un proyecto... supone llevar a cabo un proceso que desemboca en un nuevo producto (De la Torre, 1997: 12) Se trata de un término que abarca un fenómeno tan amplio como variado (Damanpour, 1992), susceptible de ser analizado y abordado desde múltiples ópticas, niveles y perspectivas. Quizá por eso de la innovación pueden ofrecerse cientos de definiciones, sin que resulte tarea fácil encontrar siquiera una lo suficientemente amplia y comprensiva, como para que, la comunidad científica, esté de acuerdo en que refleja, en toda su magnitud, la complejidad y la extensión de tal fenómeno innovativo (Martín, 1995). En general, las investigaciones llevadas a cabo han tendido a pasar por alto tal problemática, haciéndola parecer irresoluble. Tanto es así, que algunos investigadores (Anderson y King, 1993), incluso han llegado a cuestionar la necesidad, o el sentido, de contar con una única definición comúnmente aceptada. En este contexto, y con el objetivo de definir y delimitar el concepto de innovación, las consideraciones que siguen, se articulan en torno a dos de los principales problemas que dificultan la definición del término (Anderson y King, 1993):

1. **La falta de claridad** de la que adolecen la mayoría de los estudios que se ocupan de tal tema, a la hora de especificar si su foco de análisis lo constituye el **individuo, el grupo o la organización**. Falta de precisión que dificulta

enormemente la tarea de ofrecer una definición precisa, y consensuada, de la innovación, al tiempo que impide una comprensión clara de tal concepto.

2. **La dificultad de separar el término innovación de creatividad** a nivel micro, y del cambio organizacional a nivel macro...

La creatividad se convierte en Innovación cuando se nos presenta como un poder de transformación, renovación, invención y descubrimiento...

1.1. INNOVACIÓN Y CAMBIO

Innovación y cambio, dos términos que reflejan las transformaciones que se suceden con rapidez en todos los sectores de la actividad humana: relaciones sociales y laborales, ciencia y técnica, cultura y educación, por no hablar de las nuevas tecnologías de la información.

Los cambios se producen con tanta rapidez que lo aprendido por una generación no sirve para ser enseñado a la siguiente.

- Hemos de acostumbrarnos a convivir con la inestabilidad y la indeterminación.
- La estabilidad en el empleo dejará de ser un hecho generalizado.
- La formación inicial requiere ser actualizada de forma continuada.
- Los nuevos instrumentos y técnicas desplazan a las antiguas con rapidez.
- Se asume la relatividad del saber y la utilidad del error.
- La realidad educativa y social está sometida a la interpretación.

La enseñanza tradicional, basada en la transmisión de una cultura más o menos estable, ha de dar entrada a estas nuevas consideraciones de la realidad y poner el acento en:

- El **desarrollo de las habilidades** cognitivas del sujeto. Enseñarle a aprender por sí mismo.
- **Desarrollar actitudes** flexibles hacia el cambio y la adaptación.
- **Formar para la innovación y el cambio educativo.**
- Formar para el tiempo libre

(De la Torre, 1998: 18)

La innovación es un proceso dinámico y abierto nos lleva a resaltar su carácter continuo y adaptativo. No es un hecho ocasional, ni una experiencia transitoria o puntual sino algo que se va construyendo conforme se avanza en su ejecución.

2. PRODUCTOS CREATIVOS

Besemer y Treffinger (1981) realizan una exhaustiva recopilación de criterios para la evaluación de productos creativos, que organizan en tres parámetros o categorías generales:

- **Novedad.** Categoría relativa a lo inusual o infrecuente que resulta un producto porque incluye nuevos procesos, técnicas, materiales o conceptos. Incluye criterios de evaluación como originalidad (infrecuencia estadística de una respuesta), germinalidad (grado en que un producto estimula nuevas aplicaciones) y transformacionalidad (grado en que un producto representa una ruptura respecto a los Standard establecidos)
- **Resolución.** Se entiende por tal la corrección con que un producto resuelve una situación problemática determinada. Criterios relacionados con este parámetro son los de **lógica** (si un producto es científicamente válido), **adecuación** (posibilidades funcionales de las ideas planteadas), **eficacia** (grado en que soluciona determinados problemas), **utilidad** (si tiene o no aplicaciones prácticas reales) y **valor** (repercusión económica o social).
- **Elaboración-síntesis.** El tercer parámetro se refiere a ciertas cualidades estilísticas, a considerar sobre todo en la valoración de producciones artísticas, como son la **expresividad** (significado que transmite), **elaboración** (nivel de sofisticación formal o tecnológica), **atracción** (grado en que capta la atracción del observador), **organización** (si forma una totalidad coherente) y **parsimonia** (si proporciona una ‘solución económica’ al problema).

Si desarrollamos cada uno de los criterios anteriores, tendríamos en cuenta:

- **Originalidad:** con ello nos referimos a lo novedoso que resulta un determinado diseño en relación a los propuestos por otros.
- **Eficacia.** Queremos indicar el grado en que un determinado diseño supera las deficiencias o problemas que suelen tener los diseños comunes de partida.
- **Utilidad.** Vamos a evaluar el grado de utilidad de los diseños, en el sentido de que sean viables en la práctica. Se trata de valorar si tienen aplicaciones prácticas reales, o si, por el contrario, serían difícilmente utilizables en la vida real.
- **Parsimonia.** Una cosa es que un diseño resuelva un determinado problema (esto sería la eficacia) y otra distinta que lo haga de la forma más sencilla posible. Esto último es la parsimonia. Un diseño será poco parsimonioso si, por ejemplo, incluye un mecanismo muy complejo para superar un problema que podría resolverse de forma más sencilla.
- **Germinalidad.** El valor germinal de un diseño se refiere al grado en que contiene ideas potencialmente interesantes para el contexto donde se desarrolla o para otro tipo de ámbito. Puede ocurrir que una idea no tenga demasiado interés en apariencia, pero que sí lo tendría tras un proceso de elaboración y perfeccionamiento.
- **Transformacionalidad.** Nos referimos al grado en que una solución representa una transformación, un cambio radical respecto al objeto común de partida, una reformulación de la situación problemática.
- **Elaboración.** Tratamos de evaluar el grado de detalle y complejidad que manifiesta un diseño. Un diseño estará muy elaborado si se especifican con detalle sus diferentes partes y materiales, así como su manera de funcionar-

2.1. ¿CÓMO SE MANIFIESTA EL PENSAMIENTO PRODUCTIVO E INNOVADOR?

A través de: la ACTITUD: es decir, la capacidad y la habilidad de crear un espacio adecuado a la recepción de nuevas ideas. Pero, la actitud creadora exige esfuerzo y

decisión. No se debe olvidar que la actitud es la fuerza dinámica de la innovación. Por eso es tan importante la actitud.

En segundo lugar, el pensamiento innovador se manifiesta a través de la **Flexibilidad**: que es la velocidad de reacción. Es la capacidad de adaptarse rápidamente a las situaciones nuevas sacando ventaja de los obstáculos imprevistos. Es la habilidad en la mezcla espontánea de diferentes clases de información.

Y tercero, el pensamiento innovador o productivo representa, ante todo, **Criterio, Sabiduría, Conocimiento**: es saber preguntarse si lo que se tiene por válido ahora sigue siendo válido.

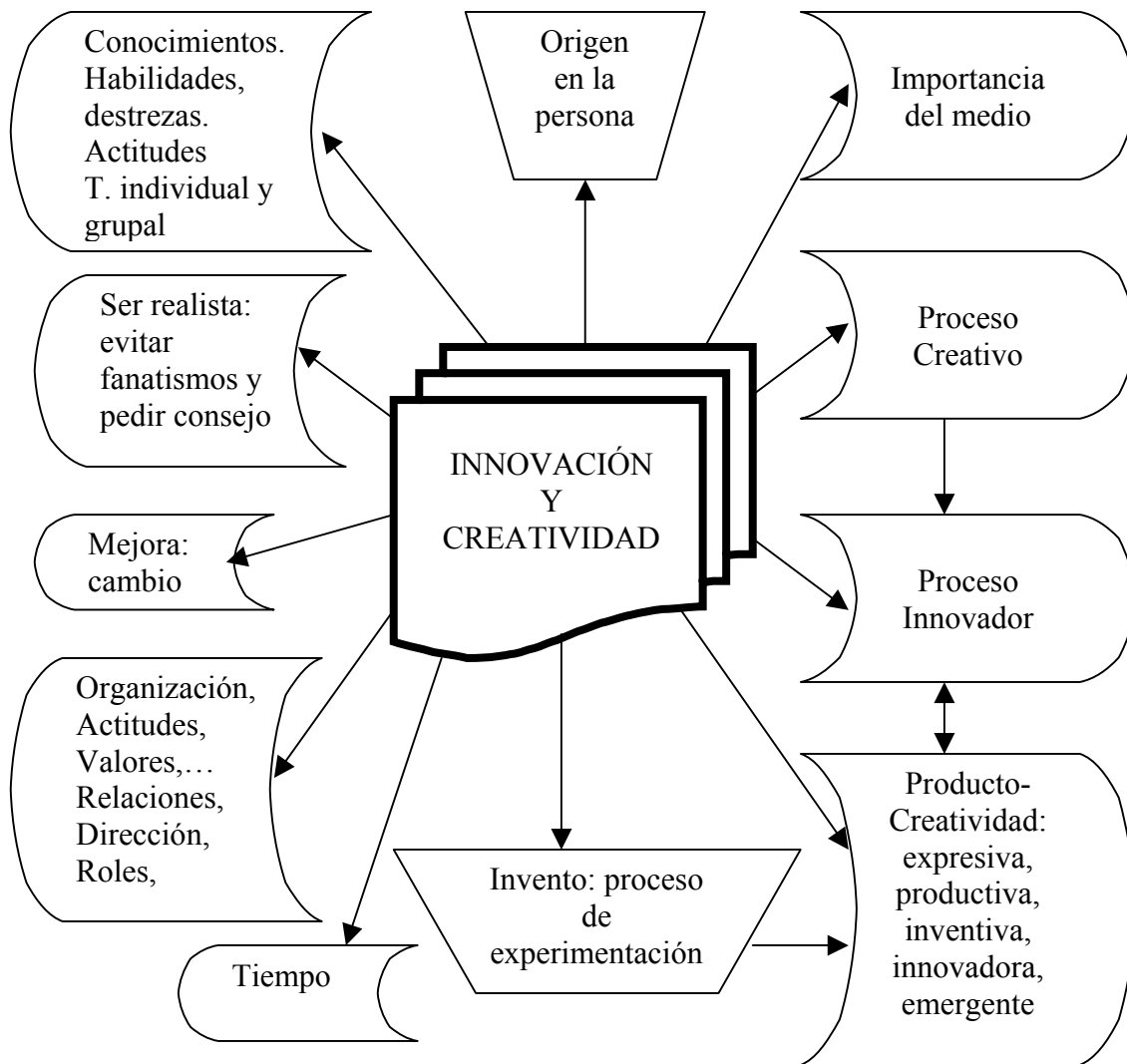
Eso es capacidad reflexiva, saber, tener criterio, convertir el riesgo de decidir, en la sabiduría de encontrar. Encontrar, no sólo soluciones, sino nuevos caminos, aperturas, innovaciones creadoras. Para ser innovador, hay que ser explorador.

Cinco saberes son importantes:

1. **Saber Preguntar**: que quiere decir, **Saber Escuchar. Saber Analizar. Saber Sintetizar.**
2. **Saber Comunicar**: que significa **Saber Pensar, Saber Decodificar.**
3. **Saber Comprometerse**: saber hasta donde se puede llegar demasiado lejos. **Saber negociar.** Por último.
4. **Saber adaptarse: Saber ser Flexible. Saber Redefinir. Saber reacomodar** ideas, conceptos, personas y objetos, trasponiendo sus funciones y utilizarlos o interpretarlos de maneras distintas. (Ricarte, J.M. 2001)

2.2. INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD.

Observemos el siguiente esquema



Innovación y creatividad son dos conceptos gemelos, muy próximos a nivel semántico y operativo. Ambos reflejan procesos transformadores y valiosos para la sociedad. No es posible explicar el progreso humano, el avance científico, los descubrimientos o las pequeñas mejoras al margen del poder creativo e innovador de las personas y los grupos. Son conceptos interrelacionados. (De la Torre, 1997)

Tanto la creatividad como la innovación tienen su origen en la **persona** o institución capaces de aportar algo nuevo.

Quien produce una obra es creativo: quien promueve instrumentos intelectuales o materiales que puedan ser difundidos y utilizados por otros es un creativo-innovador. En

resumen, un líder innovador es un líder creativo al que se le añade claridad de metas y confianza en sí mismo, sentido de la eficacia y constancia para terminar aquello que comienza.

2.2.1. EL PAPEL DEL MEDIO.

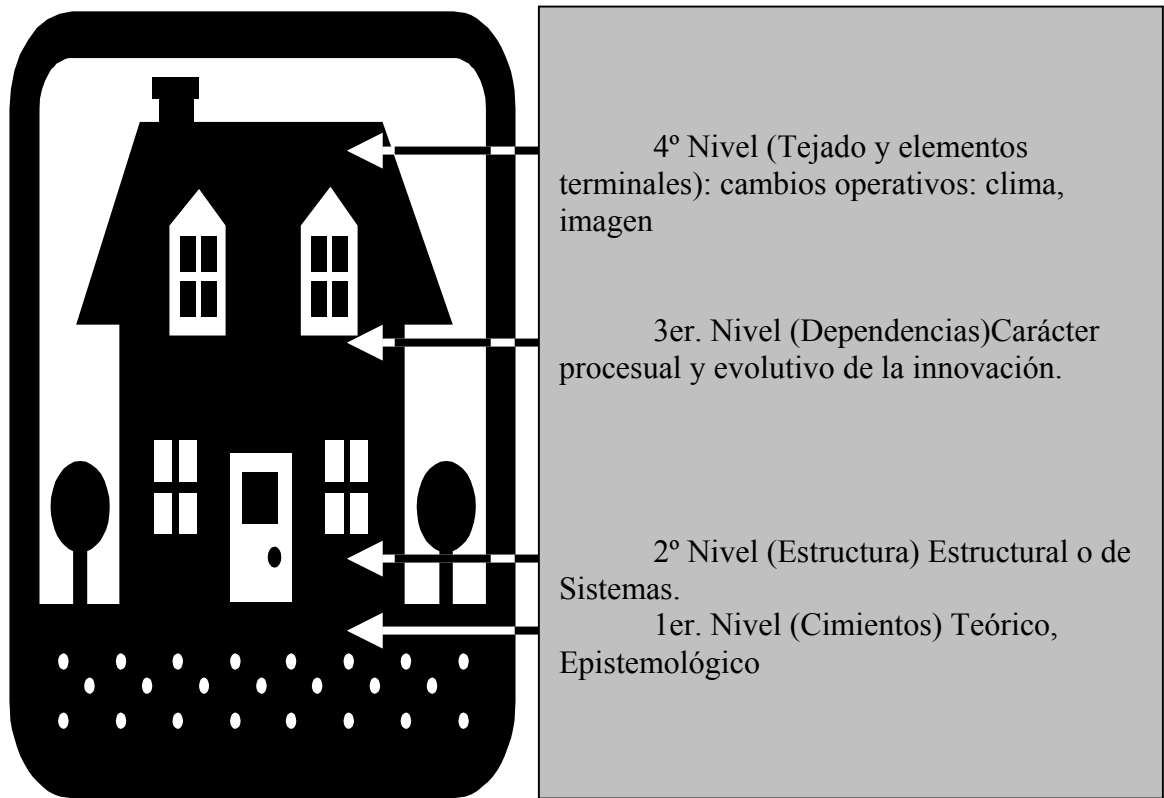
El Papel del medio en el desarrollo de la creatividad es decisivo. El medio configura la inteligencia, los hábitos y valores, la educación y la creatividad que puede ser bloqueada o estimulada tanto por los programas escolares como por la familia o el medio sociocultural. Un medio educativo o familiar rico en estímulos, acrecienta la imaginación y el poder asociativo; un medio pobre inhibe la creatividad.

El medio no sólo condiciona, sino que posibilita la innovación. Tanto en la creatividad como en la innovación el medio es sujeto de cambio, es transformado.

El proceso creativo, en sentido estricto, siempre será individual mientras que la innovación busca cambios individuales y sociales. Pero lo más relevantes es que uno y otro son procesos de transformación del medio.

3. NIVELES DE CAMBIO EN INNOVACIÓN.

La innovación, planteada como cambio, traspasa los límites personales y tiene repercusiones colectivas. Los niveles tratados por De la Torre, Jiménez, Tejada, Carnicero, Bernell y Medina (1998): **Epistemológico, estructural, procesual y operativo**; situados en el árbol frutal como analogía de Proyecto Educativo de Centro, nosotros los vamos a situar en **una casa**, (esta sería nuestra analogía para referirnos a la Innovación en general)



Diferentes modos de conocimiento que fundamentan el cambio (cambios físicos, biológicos, psicológicos, sociológicos, educativos,...)

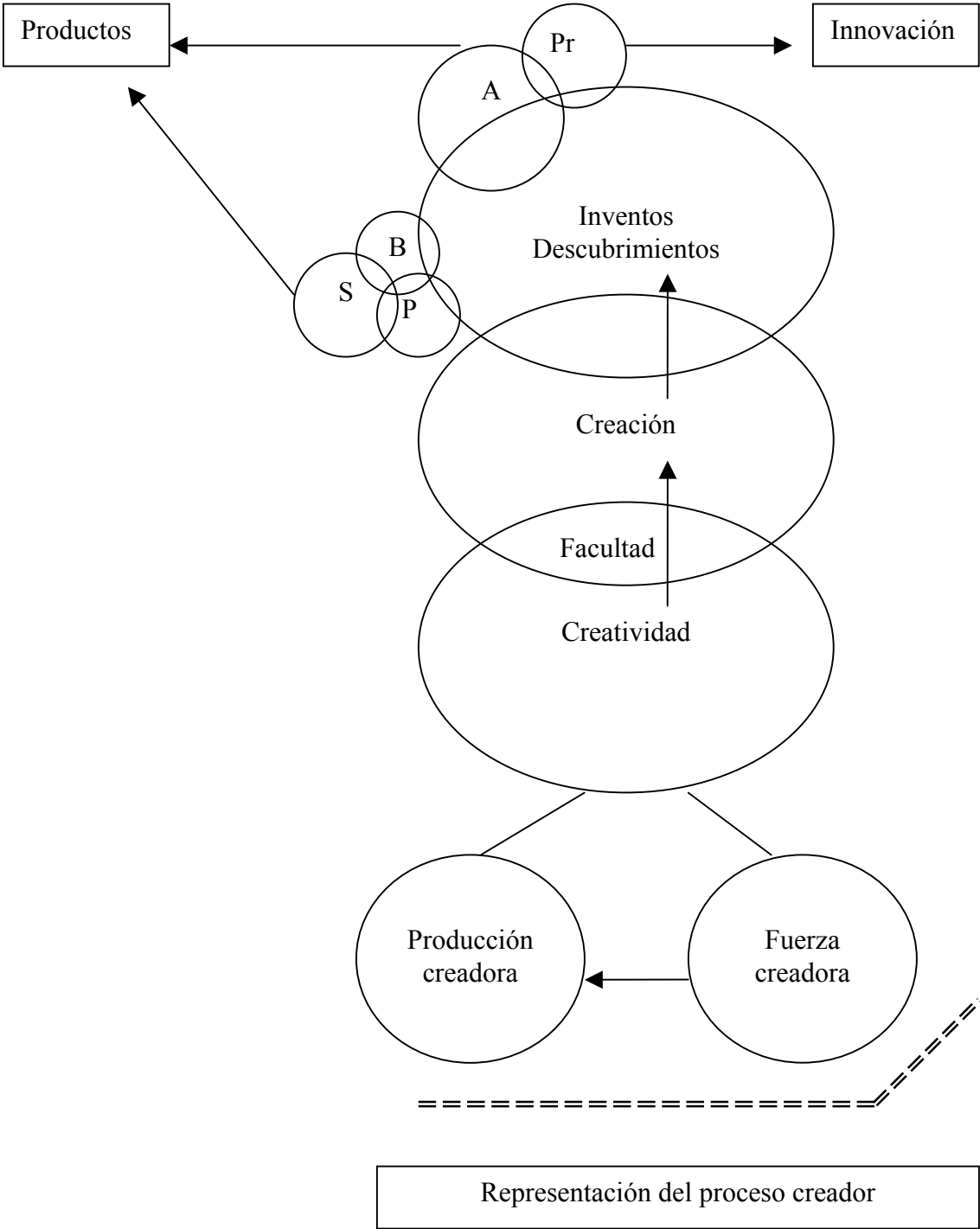
En el **segundo nivel** los cambios, pueden ser Institucionales, personales y formales, a que hablamos de elementos interrelacionados y conectados con otros elementos.

El tercer nivel es, a mi entender, el más importante, dado su carácter procesual o evolutivo. En **este nivel nos planteamos** cómo se realizan las innovaciones... Dicho **proceso nos conducirá al 4º nivel operativo en el que se manifiestan los cambios más específicos de la Innovación:** clima, actitudes, intereses u otros aspectos de la misma que nos conducirán **al producto final:** la Innovación propiamente dicha...

3.1. SEMANTOGRAMA DE LA CREACIÓN

El conjunto de ideas referentes al concepto de creación, pueden ser representadas en un semantograma...

Observemos el siguiente gráfico:



Descubrir es hallar una cosa oculta o ignorada, aunque ya existente. Inventar es hallar algo no preexistente gracias a un esfuerzo de imaginación.

La *creación* es el proceso por el cual se provoca la existencia de un nuevo objeto.

La *productividad creadora* es la cantidad de novedad producida por unidad de tiempo.

4. CALIDAD

¿Qué es calidad? ¿A qué nos referimos cuando hablamos de calidad? Si consultamos el diccionario de la Real Academia, cuando hablamos de calidad nos referimos **al valor intrínseco de una cosa o al valor relativo que resulta de compararlas con otras de su misma categoría...**

Calidad significa bondad, nobleza de cualidades morales,...

En resumen decimos que “algo” tiene calidad cuando posee valores positivos importantes...

Las organizaciones cada día están prestando mayor atención a la calidad, por ser en la actualidad un elemento fundamental para la satisfacción de los clientes y, por tanto, lograr mayores niveles de competitividad. Par alcanzar el nivel de calidad establecido, es fundamental contar hoy con los recursos humanos adecuados, lo cual, se pone especialmente de manifiesto cuando se trata de servicios. E este sentido, es imprescindible diseñar un programa de calidad de servicio orientado hacia la satisfacción de las necesidades del cliente. Y en su diseño se necesita la participación de los profesionales de recursos humanos, capaces de crear, poner en marcha y controlar programas de formación motivación, comunicación, etc. que hagan posible los necesarios cambios de actitudes, conocimientos y habilidades.

Hoy en día, resulta esencial disponer de empresas competitivas, adaptables a los constantes cambios tecnológicos y capaces de responder a la cada vez más exigente demanda de los mercados.

La calidad no es un fin, sino un medio para conseguir esta satisfacción que a su vez generará una mayor productividad (Abajo García, M. 1990).

La única razón que justifica la puesta en marcha de un plan de calidad de servicio, es la garantía de continuidad y competitividad de la empresa y el aumento de satisfacción tanto de clientes como de empleados.

Es difícil que exista calidad en una empresa, si no se da el requisito básico de la participación en la empresa. La calidad es cosa de todos, por lo que todos y cada uno de los integrantes de la organización deben participar en el proceso de implantación de la calidad total, generando un esfuerzo y una ilusión para conseguirlo (Torres, S. 1993)

4.1. CALIDAD PERCIBIDA

La satisfacción lograda mediante un servicio de calidad ejerce verdadera influencia en la fidelidad de un cliente. De esta forma, la empresa adquiere un nivel de calidad percibida en el mercado, entendiendo por calidad percibida en una empresa como la reputación que posee dicha empresa en cuanto al nivel de excelencia de los servicios que proporciona (Fontúrbel, I., 1995).

Podríamos decir que reputación de una empresa es la idea “que de ella se tiene en función de su conducta en el pasado y que constituye la base para predecir su comportamiento futuro” (Fernández Sánchez, 1994). En definitiva, estamos hablando en concreto de la imagen que los clientes, reales y potenciales, tienen de la calidad del servicio ofrecido.

La imagen resalta la calidad del producto, al tiempo que transmite a los clientes información sobre la empresa y los servicios que desarrolla.

Por otro lado hay que tener en cuenta que en lo que a prestación de servicios se refiere, el factor humano es primordial. A veces los pequeños detalles que configuran todo un proceso adquieren mayor peso específico que el resultado final. La calidad depende en la mayoría de las ocasiones de la actuación individual de una sola persona en cada una de las situaciones que puedan presentarse.

Los conocimientos y la experiencia multiplican la productividad y la creación de valor en la empresa. Cualidades internas individuales como lealtad o flexibilidad funcional

y externas como relaciones personales y contactos favorecen el trabajo en equipo y las sinergias, potenciando la competitividad de las organizaciones.

4.2. CALIDAD DE LA EDUCACIÓN.

La LOGSE señala que los dos ámbitos o indicadores principales de una enseñanza de calidad son “la educación en valores y la igualdad de oportunidades” para, a continuación, puntualizar que son cuatro los factores determinantes de esa calidad: “autonomía y organización de los centros, dirección y gobierno, profesor y evaluación e inspección”. Esta concepción es, cuando menos, incompleta y discutible. La Administración olvida que la calidad también depende de los medios materiales y personales. Faltan profesores especialistas, gimnasios y pistas deportivas, laboratorios de idiomas, etc.

Entendemos que la calidad educativa viene determinada por la calidad de los **procesos y de los resultados.**

Estamos convencidos de que la búsqueda de la calidad exigiría medir los niveles alcanzados por las variables que entran en juego en ella, y que van desde el grado de rendimiento académico a la adquisición de actitudes,...

La igualdad de oportunidades es, a nuestro entender, una condición de justicia social cuya responsabilidad corresponde tanto a los poderes públicos como al conjunto de la comunidad escolar. La educación multicultural e intercultural son principios que deben orientar todo el quehacer de la vida de los centros.

La integración de los alumnos con necesidades educativas especiales es, igualmente, una condición de justicia social.

Igualmente es un clamor generalizado la desatención a los alumnos que presentan capacidades relevantes.

Entendemos que esta atención es, al igual que las anteriores, de justicia social y, consiguientemente, de inexcusable cumplimiento en las actuaciones diarias de las aulas.

4.2.1. LA EDUCACIÓN EN VALORES

Es éste el apartado que más incidencia tiene sobre la sociedad, debido a que los alumnos pasan la mayor parte de su tiempo fuera de las aulas, y su comportamiento afecta a todos los habitantes del país. Desde que mediante la LODE el Ministerio de Educación y Ciencia anulara la existencia de los reglamentos internos de los Centros, han proliferado los comportamientos conflictivos de los alumnos, llegando hasta el extremo de agredir al profesorado en numerosas ocasiones. El Ministerio de Educación y Ciencia, mediante este apartado, plantea la necesidad de transmitir unas pautas de conducta a los alumnos, con lo que está reconociendo implícitamente que el camino seguido hasta ahora no ha sido especialmente acertado. Se trata de evitar los comportamientos racistas y xenófobos, el problema del alcohol en la juventud, el vandalismo y todas las muestras de falta de civismo que se dan e la actualidad con mayor profusión.

Las propuestas ministeriales referidas a este bloque están encaminadas a la impartición de **materiales transversales relacionadas con la educación en valores**: elaboración de material curricular, cursos de formación para los profesores, programas y experiencias en colaboración con otras administraciones, etc. Resulta curioso que la misma Administración, que ha relegado las asignaturas humanísticas a la situación en que se encuentran, pretenda suplir la formación mediante la impartición de disciplinas transversales.

No obstante, aunque la LOGSE trajo algunos avances educativos importantes, entre los que destacan la ampliación de la educación obligatoria hasta los 16 años, la potenciación de la educación infantil, el establecimiento de especialistas en Educación Primaria, la disminución de la ratio, el fortalecimiento de la educación compensatoria, y la preocupación por los alumnos con necesidades educativas especiales, así como la valoración de las enseñanzas musicales y plásticas, ha dejado de manifiesto numerosas deficiencias que han provocado un grave retroceso en nuestro sistema educativo.

4.2.2. LEY DE CALIDAD 2002

La reciente Ley de Calidad tiene –igual que la anterior- aspectos positivos y negativos.

Aspectos positivos:

- Establecimiento de mecanismos que pueden mejorar la convivencia en los centros, simplificando la resolución de los problemas de disciplina.
- **Supresión de la promoción automática del alumnado.**
- Introducción de itinerarios formativos en el segundo ciclo de la ESO y por tanto, reducción de la comprensividad.
- Adelanto en la implantación de la lengua extranjera y la introducción del aprendizaje en las nuevas tecnologías; así como el refuerzo de las materias instrumentales ya desde la enseñanza primaria.
- Recuperación de la cultura del esfuerzo como garantía del aprendizaje.
- Potenciación de la Junta de Evaluación en la orientación y promoción del alumnado.

Aspectos negativos:

- No se potencia el Claustro como órgano colegiado ni se le reconoce la facultad de elegir al Director, pudiéndole eximir de la labor docente.
- Son totalmente insuficientes las medidas propuestas para la dignificación docente. No contempla la carta de derechos y deberes del profesorado y sí, en cambio, se recoge la de los alumnos y padres.
- Al igual que sucedió con la LOGSE, esta ley nace sin el acompañamiento de los mecanismos de financiación que permitan su adecuada puesta en marcha.
- Se sigue sin ampliar el bachillerato a tres años, aunque creemos un avance la bachilleratización de tercero y cuarto de ESO.
- Incremento presupuestario para la enseñanza concertada en detrimento de la enseñanza pública

4.3. CALIDAD DE LA ENSEÑANZA

Para plantearnos la calidad de la Enseñanza debemos tener en cuenta:

- Elección del **modelo** curricular (modelo pedagógico)
- Concepto de enseñanza-aprendizaje (intervención educativa)
- Selección de materiales y recursos
- Infraestructuras básicas (edificios escolares, espacios, etc.)
- Sistema de evaluación.

Un modelo pedagógico de calidad se construye a partir de la concepción de éste como un en proceso continuo de elaboración y no como algo finalizado.

Por otro lado: los procesos de enseñanza-aprendizaje constituyen un problema no siempre fácil de resolver. Sin embargo, la ciencia, hoy, presenta un catálogo lo suficientemente amplio como para poder fundamentar una elección de calidad.

Centrándonos en algunos de los siguientes paradigmas:

- a) Cognitivo (constructivista)
- b) Sociocognitivo (contextual-dialéctico)
- c) Comprensivo Integrador.

En cuanto a la selección de materiales y recursos, es necesario, fijar criterios y escalas que adecuen los medios que se utilizan al Paradigma y modelo pedagógico elegido.

Infraestructuras básicas:

Calidad también significa adecuación de los edificios escolares, aula dotadas de material tecnológico básico, espacios para el normal funcionamiento de las actividades. Y, sobre todo, un sistema de organización que sirva para potenciar las cualidades del “modelo pedagógico”.

Tanto los criterios como las técnicas de evaluación deben adecuarse al sistema de enseñanza y reorientarlo de manera continua. La evaluación ha de ser holística e **individualizada** y debe extenderse a todo: **Objetivos, Contenidos, Procesos, Resultados y al propio modelo de enseñanza. Evaluación formativa.**

4.3.1. CALIDAD DE LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA

El concepto de calidad en educación superior no es fácil de aprehender y se le pueden dar diferentes significados dependiendo del punto de vista del observador.

Cada vez cobra mayor consenso la tesis que afirma que la **calidad universitaria es un concepto relativo y multidimensional en relación a los objetivos y actores del sistema universitario.**

Es necesario asumir el riesgo de la imperfección en el modelo de evaluación al plantear el reto de la comprensividad como enfoque para evaluar la calidad de una institución universitaria.

Observemos las siguientes dimensiones:

- a) **Dimensión de Áreas y disciplinas:** se concreta al establecer un acuerdo sobre las **áreas específicas**, con referencia a las disciplinas académicas incluidas en las mismas.
- b) **Dimensión de reputación:** es el origen de la imagen de calidad que se transmite a la sociedad en general. Presenta clara relación con la dimensión disciplinar.
- c) **Dimensión de perfección o consistencia:** hacer cosas bien en la forma y tiempo predeterminado. Es obvia su aplicación en múltiples procedimientos dentro de la amplia diversidad de acciones que se lleven a cabo en la universidad.
- d) **Dimensión económica o de resultados:** la calidad como disponibilidad de recursos. La calidad como logro de objetivos.
- e) **Dimensión de satisfacción de los usuarios:** los servicios ofertados satisfacen los requerimientos y expectativas de los usuarios presentes y potenciales. Junto a la **relevancia profesional:** alcanzar los requisitos y expectativas del campo profesional. **Flexibilidad/capacidad de innovación:** anticipar/responder con rapidez a cuestiones/requerimientos de los clientes y a nuevos avances dentro del campo profesional.

- f) **Dimensión de la organización:** la organización tiene que afrontar la demanda creciente de mayor calidad en el producto o servicio que presta. (Consejo de Universidades Secretaría General, 2001)

No obstante, es importante analizar la situación de:

A) LA UNIVERSIDAD ANTE LA CREATIVIDAD

La creatividad es, un requisito esencial para nuestro tiempo, pero ¿Es posible que pueda desarrollarse en la Universidad?

El cumplimiento de los fines de la Universidad, es, de hecho, el mayor aporte a la capacidad creativa *de y para* la sociedad, a través de sus concretos beneficiarios. En consecuencia, la aportación de la Universidad a la creatividad es uno de sus grandes desafíos, ya que las características principales que conforman el mundo actual son el cambio generalizado y acelerado en todos los sectores de la actividad humana; la escala global de un cada día mayor número de fenómenos sociales, económicos, medioambientales y tecnológicos, y la complejidad de estos fenómenos como consecuencia de la interacción de los mismos entre sí; la actual valoración positiva de la incertidumbre sobre el devenir de los acontecimientos gracias al potencial de la creatividad innovadora; y la emergencia por doquier de la sociedad civil, ávida de libertad, democracia y bienestar.

Frente a un mundo cada vez más competitivo, las Universidades aún no han aprendido a competir entre sí con nuevas fórmulas imaginativas.

Debemos partir de una visión apropiada de lo que debe ser o de lo que queremos que llegue a ser la Universidad ante la creatividad en un mundo globalizado así como en relación con cada sociedad, desde la particular circunstancia de cada una de ellas.

Las Universidades tienen que poder ejercer como centros de excelencia de la más alta calidad y mantener, con todos los estímulos debidos, un profesorado elegido por su gran competencia, vocación y dedicación.

Esto debe ser así porque la nueva sociedad emergente requiere de sus titulados una **formación cultural amplia e integral, empezando por la formación en valores éticos,**

hábitos y actitudes, además de abarcar tanto los aspectos humanistas como los científicos y tecnológicos.

En ese empeño de renovación creativa de cara al futuro habrá que plantearse la posibilidad de institucionalizar mecanismos altamente técnicos de estudio y debate de la política universitaria, para lograr mejorar los procesos de toma de decisiones en todos los campos. No se puede olvidar que abundan las resistencias institucionales al cambio. **La Universidad no tiene más remedio que asumir los nuevos desafíos, e incluso anticiparse a ellos.**

B) LA UNIVERSIDAD ANTE LA INNOVACIÓN

La educación es un elemento esencial para el andamiaje de los sistemas de innovación. Lundvall (1992) identifica seis ejes comunes en función de los cuales es posible caracterizar las formas peculiares en que se integran las instituciones educativas en los sistemas de innovación. Ellas son:

- a) Los medios requeridos para la educación.
- b) Los incentivos para aprender.
- c) La capacidad de aprender.
- d) “Recordar” y “olvidar”.
- e) El acceso al conocimiento relevante.
- f) Utilización del conocimiento.

a) **Los medios requeridos para la educación:** El primer eje se basa en el supuesto de que la educación constituye un “activo” esencial para el Sistema Nacional de Innovación y, en tal sentido, una política pública destinada a fortalecer la capacidad de innovar requiere un alto nivel de inversión en educación y entrenamiento, a la par que necesita renovar las formas y el contenido de dichas actividades.

b) **Los incentivos para aprender:** este eje hace referencia a la movilización social del interés por aprender y actualizar conocimientos teóricos y

prácticos. En efecto, desde esta perspectiva el éxito de un sistema educativo depende no solamente de la calidad de su oferta sino de la demanda de educación por parte de los ciudadanos.

- c) **La capacidad de aprender:** el tercer eje se articula sobre la aptitud para aprender y actualizar conocimientos en forma permanente. La capacidad de aprendizaje individual puede verse estimulada durante las etapas de la educación formal en la medida que éste no se limite a transmitir conocimientos, sino que se oriente a colaborar en el desarrollo de estructuras mentales aptas para ejercitar la capacidad de pensamiento creativo y la flexibilidad necesaria para absorber y actualizar conocimientos.
- d) **“Recordar” y “olvidar”:** este cuarto eje establece una analogía profunda entre los procesos propios de la innovación y de la educación. Hace referencia a que, si bien un aspecto importante de los sistemas de innovación es su capacidad para “recordar”, en el sentido de preservar y almacenar el conocimiento obtenido a través del aprendizaje, “olvidar” es una operación tan importante como la primera. “Olvidar” significa abandonar las prácticas y habilidades obsoletas y estructurar las capacidades intelectuales del individuo.
- e) **El acceso al conocimiento relevante:** un quinto eje remite a la existencia de diferentes fuentes de conocimiento dentro del proceso de innovación.
- f) **Utilización del conocimiento:** el último de los ejes alude a la capacidad de utilizar en forma provechosa los conocimientos disponibles. Al respecto, afirma Lundvall que de la simple expansión de conocimiento no se deriva necesariamente un beneficio para la sociedad, polemizando así con quienes sostienen la vigencia del “modelo lineal” basado en el derrame cuasi necesario de los beneficios de la investigación básica. Tampoco la tecnología puede ser considerada a priori como buena, ya que sus potenciales efectos negativos requieren la aplicación de políticas de evaluación tecnológica, o más bien la búsqueda de consensos acerca de tecnologías socialmente más aceptables. (Lundvall, B. 1992)

En el plano de la investigación, algunos de los cambios que más recientemente se están produciendo en las universidades son explicados por el tránsito hacia un **nuevo modo de producción de conocimiento** que ocurre a escala mundial; esto es, un nuevo formato de investigación, con nuevos criterios y nuevos actores. Este proceso evoluciona hacia la práctica de la investigación “transdisciplinaria”, cuya característica consiste en privilegiar el problema a resolver, como principio organizador del conocimiento. (Gibbons, 1997)

C) LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA

En nuestra educación superior es especialmente grave el acelerado ritmo de evolución de las profesiones, que se alejan de día en día de la oferta formativa universitaria. La rapidez de los cambios tecnológicos precisa de una educación universitaria orientada hacia **conocimientos interdisciplinarios y capacidades como el trabajo en equipo, el pensamiento independiente, la asunción de responsabilidades, etc.** No tiene sentido ni justificación que el sistema productivo subsane posteriormente esta carencia formando a los recién empleados. La distribución de tareas y responsabilidades entre los ámbitos **educativos y productivos** debe estar clara.

El sistema universitario no puede permanecer pasivo ante semejante amenaza que, de modo creciente, afecta a sus alumnos.

Otro punto débil del sistema universitario español es la inexistencia, en la inmensa mayoría de sus centros, de objetivos educativos bien definidos; igual ocurre en los diversos planes de estudio que se imparten, en los que no se justifica qué se enseña, ni cómo se enseña, ni para qué se enseñan las diversas disciplinas. Poco puede esperarse de la eficiencia del proceso de evaluación de la calidad educativa en boga, cuando su principio sustentador debería consistir en la comparación de los objetivos con los resultados.

Si las universidades aspiran a proporcionar una educación superior satisfactoria **han de replantearse cuál debe ser su modelo educativo, la transversalidad de su formación, el protagonismo que deben conceder a la educación en valores y los métodos pedagógicos que han de emplear con el fin de alcanzar sus propósitos.**

Por otro lado, parece comúnmente aceptado que la solidez de la educación universitaria tiene que ver con el predominio de la polivalencia de los estudios frente a la

especialización en una parcela muy concreta del conocimiento. La temprana especialización tiene elevados costes personales y sociales. Por el contrario, hay facetas formativas que debieran ser comunes a todos los estudiantes. Las universidades tienen que plantearse: ¿Qué debe caracterizar la formación de sus alumnos, con independencia de que cursen una titulación jurídico-económica, una humanística, o una tecnológica,...

Los contenidos comunes en todos los programas académicos de una universidad deberían perfilar su proyecto educativo institucional. Las universidades tendrían que reflexionar acerca de la conveniencia de definir su *modelo educativo*. Dicho modelo tendría que ser razón para que la institución buscara el equilibrio y la armonía, en cada plan de estudios, entre el humanismo, la ciencia y la tecnología, siendo la opción de cada estudiante, al elegir la titulación, la que diese mayor peso a una de las componentes, pero sin eliminar nunca las otras dos.

Entre los contenidos comunes a todos los estudios de una universidad se tendrían que hallar la instrucción informática, la enseñanza de idiomas, la realización de prácticas, la formación humanística sobre la historia y el pensamiento europeo, los fenómenos y hechos fundamentales de la construcción de Europa con sus instituciones jurídicas y económicas, los seminarios sobre técnicas de trabajo, sobre expresión oral y escrita, sobre uso de documentación, etc.

Existen numerosas referencias internacionales conteniendo recomendaciones en dicha dirección. Por solo citar una, en la Declaración de la Sorbona de 1998 se afirmaba que *“en el primer ciclo se deben ofrecer a los estudiantes programas suficientemente diversificados, que comprendan en especial la posibilidad de seguir estudios pluridisciplinarios, la formación en lenguas vivas y la utilización de las nuevas tecnologías de la información”*.

Pero no es suficiente con la revisión de los contenidos de los programas académicos, hay que reflexionar sobre el papel que corresponde a la educación en actitudes y en valores; actitudes y valores que faciliten el paso del conocimiento a la acción, a la adquisición de destrezas para el trabajo.

Por otro lado, es importante destacar que en los últimos tiempos se han alzado voces que denuncian la falta de interés de la educación universitaria por las **relaciones humanas y la formación de alumnos emprendedores, motivados para resolver problemas y**

preparados para la cooperación. Las principales carencias formativas no se hallan en los contenidos, sino en **actitudes y aptitudes** como habilidades para trabajar en grupo o para asumir riesgos; **el sentido de la creatividad y la curiosidad o la capacidad para tomar decisiones.**

Para que todo ello sea factible, es imprescindible formar adecuadamente a los profesores. La pedagogía debe tener una importancia creciente y los políticos y legisladores no deben preocuparse exclusivamente del diseño de los sistemas de selección de los docentes, sino también de que éstos aprendan **las adecuadas metodologías para la transmisión de conocimientos y estén al día en innovaciones didácticas.** Pero hay que contar con el profesor. Es él quien decidirá si el cambio se efectúa o, por el contrario, quedará en la mente del promotor. “*Los profesores son* –ha dicho Hargreaves (1996: 38)-, *más que otras personas, la clave del cambio educativo*”. Si el profesor se inhibe, el cambio no se realiza o lo hace sólo parcialmente. Es el profesor quien decide finalmente si la práctica de la enseñanza ha de ser modificada y de qué manera; es él quien debe organizar el contexto de forma que se facilite el cambio; él será quien a la postre decida si se introducen cambios en la estructura del centro y del aula. Como afirma Hargreaves (1994), los profesores han de tener no sólo capacidad para el cambio, sino también deseo profundo de cambiar.

Y no podemos obviar que existen circunstancias que de alguna forma se oponen al cambio. Las organizaciones en general, y los profesores necesitan muy poderosas razones para que inicien un cambio; **razones que les convengan plenamente.**

5. INNOVACIÓN: UNIVERSIDAD - EMPRESA.

Cada día va apareciendo más claro que en las economías avanzadas, su capacidad para incrementar la competitividad a través de la mejora del conocimiento y de su utilización, a través de la innovación.

En el Libro Verde sobre la Innovación de 1995 ya se reconocía que los nuevos parámetros del contexto socioeconómico y científico, y las exigencias del problema de la baja competitividad en Europa, nos obligan a incrementar de manera significativa la

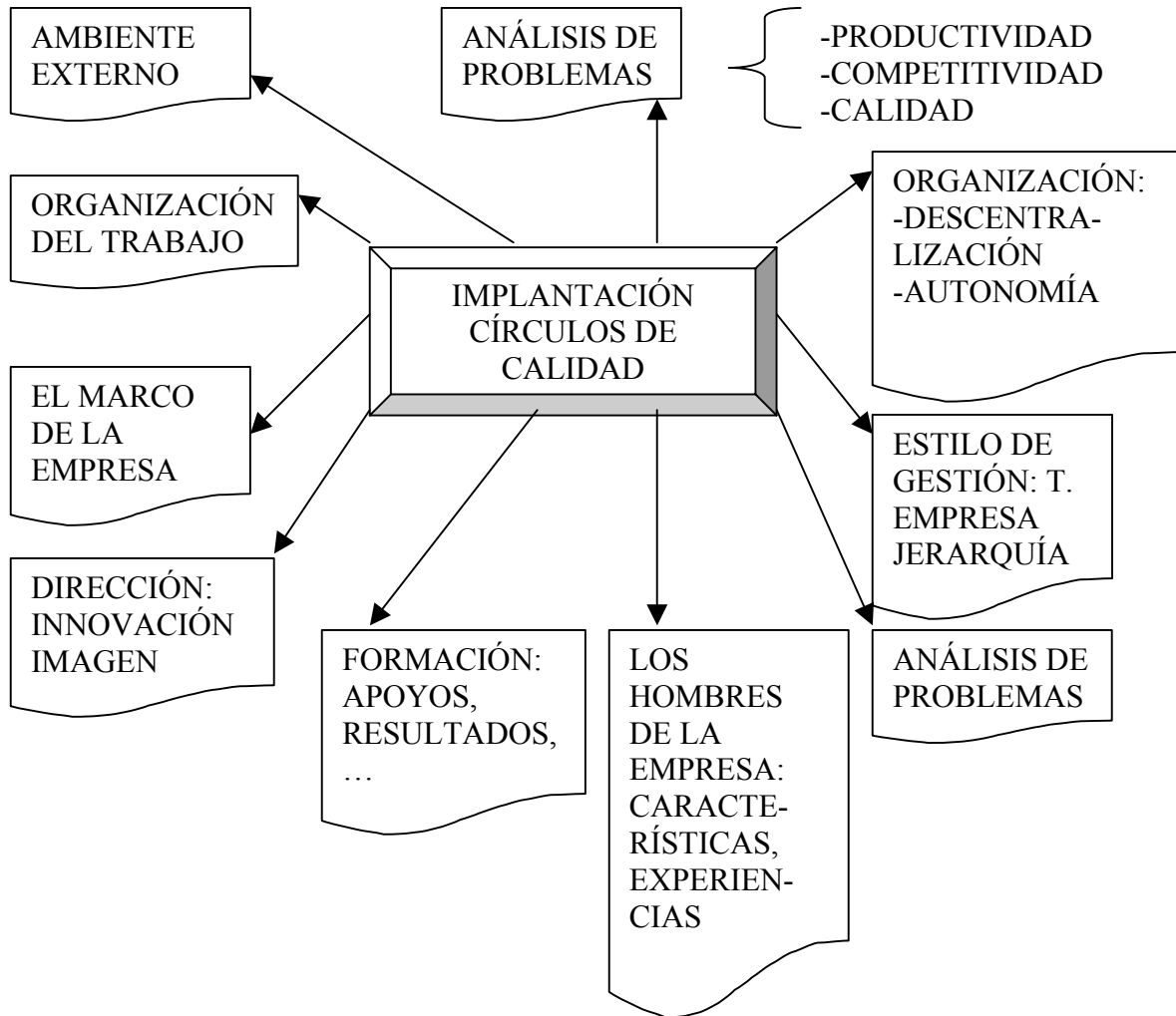
capacidad de las instituciones y de las empresas **para invertir y gestionar el potencial científico.**

En ese Documento se hacía una llamada explícita a la “movilización” en esa dirección de todos los agentes económicos.

En palabras de la propia Comunidad, **es importante transformar el potencial científico y tecnológico en innovaciones rentables.**

¿Cómo? Quizás convendría implantar círculos de calidad.

Observemos el siguiente esquema:



La implantación de círculos de calidad requiere una buena organización de los mismos en el marco de la Empresa.

6. BIBLIOGRAFÍA

- ANDERSON, N. Y KING, N. (1993): “*Innovation in organizations*”. En Rev. **International Review of Industrial and Organizational Psychology**, Nº 8. Pp. 1-34.
- ABAJO GARCÍA, M. (1990): “*Calidad, el mejor medio para satisfacer a los clientes*”. En Rev. **Dirección y progreso**. Nº 116. pp. 47-49.
- BESEMER, S.P. Y TREFFINGER, D.J. (1981): “*Analysis of creative products: review and synthesis*.” En Rev. **Journal of Creative Behavior**. 15, 3, 158-178.
- DAMANPOUR, F. (1992): “*Organizational Size and Innovation*”. En Rev. **Organization Studies**. 13, 3, pp. 257-279.
- DAMANPOUR, F. Y EVAN, W.M. (1984): “*Organizational innovation and performance: The problem of ‘Organizational Lag’* ”. En Rev. **Administrative Science Quarterly**, 29. Pp. 392-409.
- **Déclaration conjointe sur l’harmonisation de l’architecture du système de l’enseignement supérieur**. Elaborada por los cuatro ministros responsables de la enseñanza superior en Alemania, Francia, Italia y Reino Unido. (1998)
- DE LA TORRE, S. (1997): **Innovación educativa**. Madrid: Dykinson.
- DE LA TORRE, S. (1998): **Cómo innovar en los centros educativos**. Madrid: Editorial Escuela Española., pp. 83-95.
- FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, E. (1994): “*Los recursos intangibles como factores de competitividad de la empresa*”. En Rev. **Dirección y Organización**. Nº 10, pp. 83-95.
- FONTÚRBEL, I. (1995): “*La calidad total, un sistema de gestión empresarial*”. En Rev. **Dirección y Progreso**, Nº 10.
- GIBBONS, M. (1997): **La nueva producción de conocimiento**. Barcelona: Pomares Corredor.
- HARGREAVES, A. (1994): **Changing Teachers, Changing Times. Teacher’s Work and Culture in the Postmodern Age**. London: Cassell. Traducción española

(1996): Profesorado, cultura y postmodernidad. (Cambian los tiempos, cambia el profesorado). Madrid: Morata.

- LUNDVALL, B. (1992): **User-producer Relationships, National Systems of Innovation and Interactive Learning**. Londres: Pinter Publishers.
- MARTIN, P. (1995): **Autonomía en el puesto de trabajo y búsqueda de oportunidades de innovación durante la fase de entrada**. Tesis de Licenciatura. Universidad de Valencia.
- PLAN NACIONAL DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LAS UNIVERSIDADES (2001). Consejo de Universidades. Secretaría General.
- RICARTE, J.M. (2001): “*Creatividad e innovación. El pensamiento productivo en la empresa.*” En Rev. **Creatividad y Sociedad**. N° 0. Pp. 29- 32
- RICKARDS, T. (1996): “*The management of innovation: Recasting the role of creativity*”. En Rev. **European Journal of Work and Organizational Psychology**, 5. Pp. 13-27.
- TORRE, S. (1993): **Creatividad Plural**. Barcelona: PPU.
- WEST, M.A. Y FARR, J.L. (1990): **Innovation and creativity at work: Psychological and Organizational Strategies**. Chichester: Wiley.