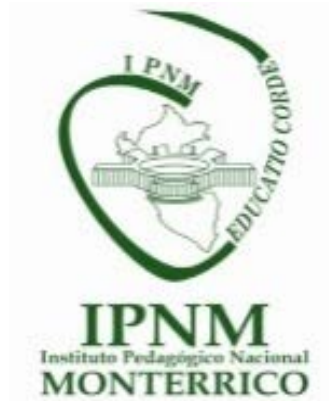


# **INSTITUTO PEDAGÓGICO NACIONAL MONTERRICO**

## **PROGRAMA DE FORMACIÓN INICIAL DOCENTE**



### **ESTRATEGIA DE EVALUACIÓN CREATIVA PARA EL ÁREA DE COMUNICACIÓN**

### **TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN EDUCACIÓN**

CARACCIOLO JUÁREZ, Camila Franccesca

LIÑAN GALLARDO, Andrea Paola

QUISIVERDE COTTOS, Nathaly Nicole

QUISPE REYES, Linda Mery

ZANELLI VASQUEZ, Solange Rubi

Lima - Perú

2019

## RESUMEN

La evaluación es un proceso que valora un cambio o mejora en el aprendizaje de los estudiantes. Tradicionalmente, la evaluación tomaba en cuenta aspectos referentes a los contenidos disciplinares. Actualmente, existen diversas formas de evaluar, con las cuales se puede facilitar el logro de los aprendizajes en los estudiantes. Una de estas nuevas formas es la evaluación creativa, impulsada por Ouellet (2001), la cual nos muestra otra perspectiva de lo que llamamos evaluación.

El objetivo de este trabajo de investigación es presentar una estrategia para la evaluación creativa de los aprendizajes en el área de Comunicación en la Educación Básica Regular (EBR). Para ello, se ha hecho una revisión teórica de la evolución de las prácticas evaluativas, su finalidad, su tipología, entre otros aspectos, tomando en cuenta el desarrollo de la creatividad en los estudiantes.

## **ABSTRACT**

Evaluation is a process that values change or improvement in student learning. Traditionally, evaluation considered aspects related to disciplinary content. At present, there are various ways of evaluating, which can facilitate the achievement of learnings in students. One of these new forms is creative evaluation, imposed by Ouellet (2001), which shows us another perspective of what we call evaluation.

The objective of this research work is to present a strategy for the creative evaluation of learning in the area of Communication in Regular Basic Education (EBR). To this end, a theoretical review has been made of the evolution of evaluative practices, their purpose, their typology, among other aspects, taking into account the development of creativity in students.

## ÍNDICE

	Página
RESUMEN	ii
ABSTRACT	iii
ÍNDICE	iv
LISTA DE FIGURAS	vi
LISTA DE TABLAS	viii
INTRODUCCIÓN	ix
<b>CAPÍTULO I: LA EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES</b>	<b>11</b>
1.1 La evolución de la evaluación	11
1.2 Definición de evaluación	13
1.3 Características de la evaluación	14
<b>CAPÍTULO II: LA CREATIVIDAD EN LA EDUCACIÓN</b>	<b>16</b>
2.1 Definición de creatividad	16
2.2 Características de una persona creativa	17
2.3 Relevancia de la creatividad en los aprendizajes	19
<b>CAPÍTULO III: LA EVALUACIÓN CREATIVA</b>	<b>21</b>
3.1 Definición de evaluación creativa	21
3.2 Componentes del proceso de evaluación creativa según André Ouellet	22
3.3 Estrategia de evaluación creativa	23
3.3.1 Evaluación del producto creativo	24
3.3.2 Instrumento de evaluación del producto creativo	27

3.3.3 Modelos de producto creativo para el área de Comunicación	28
CONCLUSIONES	51
RECOMENDACIONES	52
REFERENCIAS	53
APÉNDICES	55

**LISTA DE FIGURAS**

	Página
<i>Figura 1.</i> Frisos	29
<i>Figura 2.</i> Croqueras	30
<i>Figura 3.</i> Álbum de fotografías	30
<i>Figura 4.</i> Histograma	31
<i>Figura 5.</i> Fanelógrafo	32
<i>Figura 6.</i> Esculturama	33
<i>Figura 7.</i> Portada del libro	33
<i>Figura 8.</i> Maqueta	34
<i>Figura 9.</i> Cartel de “se busca”	35
<i>Figura 10.</i> Traficando rimas	35
<i>Figura 11.</i> Monopolio ortográfico	36
<i>Figura 12.</i> Afiche	37
<i>Figura 13.</i> ¿Quién es?	38
<i>Figura 14.</i> Narración oral escénica	39
<i>Figura 15.</i> Sociodrama	40
<i>Figura 16.</i> Subastas ortográficas	40
<i>Figura 17.</i> Bingo gramatical	41
<i>Figura 18.</i> Cartas al autor de un libro	42
<i>Figura 19.</i> Chats de personajes literarios	43
<i>Figura 20.</i> Post “Reseña literaria” en redes sociales	44
<i>Figura 21.</i> Spot publicitario	44
<i>Figura 22.</i> Creación de tráiler de obras literarias	45

<i>Figura 23.</i> Charla radial con personajes literarios	46
<i>Figura 24.</i> Fotonovela	47
<i>Figura 25.</i> Blog literario	48
<i>Figura 26.</i> Memes literarios	49
<i>Figura 27.</i> Perfil de Facebook de autores literarios	50

**LISTA DE TABLAS**

	Página
Tabla 1. <i>Criterios de evaluación de producto creativo según Varela, Orela y San Martín (1991)</i>	25
Tabla 2. <i>Propuesta de rúbrica de evaluación del producto creativo</i>	27

## INTRODUCCIÓN

La escuela del siglo XXI se posiciona en una sociedad que demanda el desarrollo de competencias comunicativas que permitan a las personas “aprender, apreciar manifestaciones literarias, desenvolverse en distintos contextos socioculturales y contribuir a la construcción de comunidades interculturales, democráticas e inclusivas” (MINEDU, 2016, p. 9).

La adquisición de estas competencias es a partir de dos estrategias fundamentales: “Antes, durante y después de la lectura” y “Planificación, textualización y revisión del texto”. Estas son evaluadas utilizando lápiz, papel, fichas de lecturas y de análisis; sin embargo, en el presente trabajo de investigación se proponen diversos modelos de productos creativos que pertenecen a una estrategia denominada evaluación creativa.

El primer capítulo de la presente investigación titulado “La evaluación de los aprendizajes”, se desarrolla de manera general cómo ha evolucionado la evaluación, qué es esta y cuáles son sus características con el fin de conocer y comprender las distintas perspectivas con las que se concibe a la evaluación y qué es lo que se tiene en cuenta durante este proceso.

El segundo capítulo, “La creatividad en la educación”, se aborda de manera general qué es la creatividad y cuáles son las características de una persona creativa, asimismo, se desarrolla cuál es la relevancia de la creatividad en los aprendizajes, es decir, por qué es tan importante esta habilidad en el campo educativo.

El tercer y último capítulo, “La evaluación creativa”, es el más importante de la investigación, ya que se muestra la definición y los componentes de la evaluación creativa. Asimismo, se presenta la estrategia de evaluación creativa como alternativa que permite desarrollar y potenciar la creatividad de los estudiantes. Además, se muestran los criterios de evaluación de un producto creativo y su respectivo instrumento de evaluación.

Por último, se presenta los modelos de productos creativos para el área de Comunicación.

Siendo la creatividad un factor relevante para el desarrollo de la capacidad crítica, que los seres humanos necesitan potenciar continuamente, y el interés por promover una perspectiva distinta de evaluación en las aulas es que se decidió investigar sobre la evaluación creativa.

Por lo tanto, esta investigación pretende que los docentes empleen esta estrategia llamada “Evaluación creativa” con el fin de innovar en su práctica pedagógica, y de motivar, constantemente, a sus estudiantes a partir de la elaboración de los productos creativos propuestos.

## CAPÍTULO I: LA EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

La evaluación de los aprendizajes, en el campo educativo, es de gran importancia porque valora y verifica que el estudiante haya aprendido de la manera esperada y planteada en los objetivos de la planificación de sus aprendizajes. Por lo tanto, requiere de una correcta y eficaz realización que logre la obtención de resultados que sirvan de referencia para establecer un plan mejora respecto a la educación que se imparte y en beneficio primordial del estudiante.

La evaluación ha atravesado por diversos y drásticos cambios a lo largo de los años, a pesar de ello, es un método útil y necesario actualmente para evidenciar el desarrollo de habilidades y competencias que se solicitan en la escuela y, también, para favorecer la organización posterior de los resultados obtenidos con el fin de mostrar lo que se ha logrado, lo que aún no y lo que se puede mejorar, cambiar o rediseñar en el mismo instrumento en busca de valorar adecuadamente los logros del sujeto que aprende.

### 1.1 La evolución de la evaluación.

La evaluación no es un tema nuevo ni nació en el territorio de la educación, pero tuvo un impacto tan fuerte y trascendental desde que se ejecutó, pasó a ser la actividad más viable y confiable, para lograr objetivos en el proceso educativo, hasta la actualidad. Si se hace un recorrido a lo largo de la historia, existe gran cantidad de trabajo literario sobre las características de la evaluación, y estos han variado y evolucionado en enfoques, métodos, funciones, finalidad, momentos y agentes que intervienen, porque se contextualizan a los paradigmas predominantes de cada época.

La historia de la evaluación en el ámbito educativo se divide en periodos con referencia a Tyler, quien fue un educador estadounidense destacado por su trabajo en el campo de la evaluación; es considerado como “el padre de la evaluación educativa” porque fue el primero en plantear un modelo de

evaluación sistemático educacional, donde propone una medición de los aprendizajes en relación a los resultados y los objetivos establecidos, por medio del desarrollo de actividades prediseñadas para determinar la efectividad de dichos aprendizajes, todo con la finalidad de perfeccionar la calidad de la educación. Es así que este autor define a la evaluación como “el proceso para determinar hasta qué punto los objetivos educativos han sido alcanzados” (Tyler, 1950, p. 69).

El primer periodo de la evaluación educativa, el periodo Pretyleriano, tuvo sus primeros alcances de rigor científico en los años 2000 a.C., en la China antigua, donde los trabajadores públicos aplicaban a puestos gubernamentales de su país mediante un examen escrito, esta evaluación se caracterizaba por ser un proceso de naturaleza instructiva que estaba diseñado para recoger información desde distintas competencias que respondían a los altos puestos en el gobierno que cada trabajador aspiraba desempeñar. Así, cada postulante era evaluado por sus habilidades destacadas y contratado por el potencial en ellas con respecto a sus respuestas en un papel.

Pasado este periodo y hasta la mitad del pasado siglo, la evaluación tenía un carácter poco profundo, su función era determinar un nivel alcanzado en base al resultado obtenido. Su determinación era únicamente cuantitativa y se ejecutaba mediante un examen, lo que provocó, en la posterioridad, una serie de cuestionamientos de diversos autores, pues esta función que se le otorgaba era muy limitada si solo se pretendía verla como una prueba que arroja un resultado plano y estático sobre un determinado objetivo y además invariable en instrumento.

“Por lo visto, el único objetivo del examen... ha sido el de otorgar una nota. Lamentablemente esta visión simplista, precaria y estrecha de la evaluación, no tiene cabida en una organización escolar que pretenda ofrecer un buen servicio educacional” (Lafourcade, 1987, p. 23). Por lo expuesto en esta cita, es notable la equivalencia que se le otorga a la evaluación con el examen, haciendo que un concepto se limite a un solo instrumento con un

objetivo reducido a ser o no ser lo que se espera o desea, dejando de lado los procesos y holística de la evaluación. Por tanto, el autor denuncia los procesos y objetivos considerados en estas evaluaciones tradicionales y apuesta por un enfoque formativo donde se busque la calidad.

En el siglo XXI, la evaluación, a pesar de aún tener rasgos del enfoque tradicional, ha ampliado su mirada lineal y estática a nuevas orientaciones que involucran mayores factores donde el estudiante es el punto de partido, así como se afirma en la siguiente cita:

La evaluación no es independiente del proceso de enseñanza aprendizaje, sino que forma parte del mismo y tiene un papel específico con respecto al conjunto de componentes que la integran. [...] Este aprendizaje está referido a procesos de desarrollo del alumno en los aspectos comunicativo, cognoscitivo, valorativo y afectivo (Ríos, 2001, p.52).

## 1.2 Definición de evaluación.

Ouellet (2001), define a la evaluación desde cuatro formas de uso distintas. La evaluación como medición, que se refiere y emplea para comparar. La evaluación como proceso de toma de decisiones, que permite recoger información para los encargados de la toma de decisiones frente a una determinada situación. La evaluación como juicio de valores, que se forma en un sentido dicotómico, estableciendo resultados duales: bueno-malo, correcto-incorrecto. Y la evaluación como resolución de problemas, que brinda estrategias para resolver conflictos de una manera específica.

Canales (2009), por su parte, define a la evaluación como un proceso en el cual se generan juicios de valor frente a un fenómeno, considerando previamente un parámetro de referencia y la información de un instrumento para tomar, posteriormente, una decisión. Delgado (2017) nos habla de la evaluación como un proceso que “valora críticamente los logros de la acción educativa y los factores que intervienen en ella” (p. 151), recalcando la importancia de los resultados en el proceso evaluativo.

### 1.3 Características de la evaluación.

La evaluación es una acción que todas las personas realizan en la cotidianidad, ya que, en algún momento y de alguna forma, están haciendo constantes valoraciones de lo que han logrado realizar o alcanzar, como también de lo que no. Aunque no lo hacen de forma estructurada o sistemática, las personas emiten juicios básicos acerca de los resultados que obtienen de sus acciones.

En las últimas décadas se ha hablado de evaluación como un “proceso sistemático, diseñado intencional y técnicamente, de recogida de información, que ha de ser valorada mediante la aplicación de criterios y referencias como base para la posterior toma de decisiones de mejora” (Pérez, 1995, p. 269). Por tanto, la evaluación es una forma metódica de carácter procesual, diseñada para recoger información por medio de diversas estrategias, utilizando distintos instrumentos e integrando variedad de elementos que intervienen durante este proceso, con la finalidad de emitir un juicio de valor que permita orientar acciones de mejora tanto en el alumno como en las técnicas utilizadas.

Toda acción evaluativa debe reunir una serie de características, pues debe responder a su objetivo. Es así que la evaluación, desde una mirada formativa, se caracteriza principalmente por ser un proceso de diálogo, comprensión y mejora (Santos, 1993), pues es la encargada de proporcionar información vital de cada estudiante acerca de su desarrollo, retroceso, fortaleza y debilidad. Es por ello que todas las actividades que se ejecutan durante el proceso de enseñanza-aprendizaje deben conducir al alumno a emitir un producto que responda a uno o un grupo de criterios preestablecidos que se diseñaron con la finalidad de conocer el nivel, grado o forma en que se encuentra dicho alumno, frente a las acciones intencionadas que realizó durante el mencionado proceso.

Para Bordas (2005) la evaluación educativa se caracteriza principalmente por: ser continua , pues parte de las acciones observables y perceptibles que se distinguen en el proceso de enseñanza aprendizaje, para detectar en qué momentos se da la evolución del aprendizaje del alumno; ser global, pues toma en cuenta todos los aspectos que involucran el aprendizaje; ser integradora, porque agrupa los objetivos establecidos para tener una visión general del resultado; ser coherente porque debe existir una relación entre todos los elementos que intervienen en la evaluación, tanto en los propósitos como las estrategias planteadas; y, ser diversificada, porque deben ir en función a las estrategias, al contenido, al momento pedagógico y a su finalidad, todo en favor al alumno.

## CAPÍTULO II: LA CREATIVIDAD EN LA EDUCACIÓN

El ser humano se encuentra rodeado de creatividad, sea en la música, la pintura, la tecnología, entre otros; esta es una característica altamente valorada por la sociedad y, por ello, su presencia en la Educación es de suma importancia. A través de ella se potencia el desarrollo cognitivo, como lo afirma Marina (1993), quien señala que con su uso el cerebro humano genera ideas novedosas que le brindan una perspectiva distinta de su realidad. Así mismo, la creatividad puede hacer mucho más satisfactorias las experiencias habituales (Csikszentmihalyi, 1996). Por lo tanto, una educación que promueva la creatividad no solo permite que los estudiantes desarrollen capacidades sino que propicia un entorno que lo favorezca. A continuación, se abordará con más detalle la definición de creatividad, sus características y su relevancia en los aprendizajes.

### 2.1 Definición de creatividad.

Las investigaciones para definir el concepto de creatividad han estado plagadas por las características de que solo algunas personas tienen el potencial de ser creativo. Desde el punto de vista evolutivo, se ha apreciado la adaptabilidad y creatividad del hombre para adaptarse al medio en que lo rodea; es decir, desde el descubrimiento del fuego hasta las posibilidades de viajar fuera del planeta.

“Todos somos creativos. Y somos creativos porque no nos queda más remedio, porque aunque no queramos nuestro cerebro descubre, inventa, prueba, asocia y con ello crea nuevas posibilidades y cambia constantemente el entorno.” (Marina, 1993, p.166). De acuerdo a lo dicho anteriormente, concluimos que la creatividad no solo es exclusivo de personas superdotadas, sino que la creatividad es inherente a cualquier ser humano, pues es innata en él.

La creatividad en las personas puede ser potenciada o bloqueada de distintas maneras. Es posible incrementarla a través de métodos, actividades, motivación y procedimientos, ya que esta cualidad no es lineal y se puede estimular. Este aspecto es infinito; dicho de otro modo, los seres humanos somos creativos y esta creatividad se puede mostrar de distintas maneras. “La creatividad es una capacidad humana que, en mayor o menor medida, todo el mundo posee” (Trigo y otros, 1999, p. 25).

De este modo esta habilidad puede ser potenciada de diversas maneras, también esta característica intrínseca puede de alguna manera ser bloqueada o limitada en el proceso de maduración o socialización, esto puede ser motivo tanto de orígenes internos como externos. Estos llamados bloqueos varían en intensidad en los sujetos y es complicado ser consciente de esta limitación. Algunas de estas causas son la poca motivación para investigar, las limitaciones dentro de un campo en específico y la restricción de abordar un problema.

Por consiguiente, la creatividad no tiene una definición exacta pero se puede concluir que es todo lo nuevo, lo útil y diferente. Se trata de ver la realidad de otro modo, romper esquemas planteados, encontrar nuevas y buenas alternativas, romper estereotipos y salir de lo convencional siempre en busca de la mejora y lo nuevo de cualquier problema.

## 2.2 Características de una persona creativa.

Las aptitudes creadoras se definen en relación con la solución de problemas. La sensibilidad hacia los problemas es una actitud perceptual general que capacita a los individuos a darse cuenta de lo inusual, lo raro, de inconsistencias aparentes. Tal disposición ofrece al individuo numerosos problemas para resolver (Guilford y Hoepfner, 1980). De acuerdo a lo antes mencionado, una persona creativa no necesita poseer características extraordinarias o habilidades altamente desarrolladas; son sus propias características personales, de habilidades, de conocimientos y de motivación

lo que le posibilitan abrirse camino a solucionar problemas de distintas maneras.

Para Guilford y Hoepfner (1971), uno de los aspectos más resaltantes a tomar en cuenta para distinguir rasgos de una persona creativa es la fluidez, esta habilidad que caracteriza al grupo o al individuo creativo, pone en juego los rasgos de personalidad. Se sabe que la creatividad es parte de todos los seres humanos, algunos, claramente lo bloquean, y otros, lo potencian. Entre estas potencialidades se destaca la independencia, tendencia al riesgo, de hacer algo nuevo, diferente; en pocas palabras, romper las “normas establecidas”. Es la habilidad para crear o procesar ideas a partir de un estilo único, siempre se busca estar fuera del conformismo. La fluidez es buscar o encontrar diferentes respuestas ideas o alternativas útiles para un problema.

Otro rasgo que caracteriza a este grupo es la flexibilidad a aceptar nuevas ideas, estar dispuestos a cambios; en otras palabras, es buscar más alternativas para solucionar o enfrentar un problema. En este sentido, se busca eliminar las “viejas” formas de pensar para poder examinar nuevas alternativas. Cabe resaltar que en esta particularidad existen dos tipos de flexibilidad; en la primera se encuentra una flexibilidad espontánea, esta emplea la facilidad de variar el tipo de respuesta que se pueda presentar. En el segundo tipo se ubica la flexibilidad adaptativa, en esta se encuentra la habilidad de realizar cambios para una mejora o llegar a un logro.

Por último, destaca la característica de la originalidad, esta cualidad es una de las más esenciales dentro de la creatividad, ya que de esta se desprende los procesos creativos vale decir que surgen ideas inusuales, únicas y nuevas. Para esta cualidad se necesita una gran motivación para encontrar y proponer ideas que estén fuera de lo convencional, se tiene que tener en cuenta que siempre está en la búsqueda del “cómo”, para presentar nuevas alternativas.

Lo expuesto, lleva a afirmar que el desarrollo de la creatividad pertenece a cualquier ser humano que crea en sí mismo, que tome la iniciativa

para decidir y tomar decisiones significativas, tenga la capacidad de hacer, crear, de tener una visión amplia frente al problema como también las nuevas soluciones y posibilidades; en este sentido, alguien que no tenga miedo al cambio y que arriesgue para llegar a una nueva respuesta, diferente a lo común.

### 2.3 Relevancia de la creatividad en los aprendizajes.

El logro de los aprendizajes es el principal objetivo de la educación. Grandes son los esfuerzos que realizan los sistemas educativos de diversos países para que sus estudiantes lleguen a aprender de manera significativa. En la búsqueda de métodos, estrategias y técnicas, podemos encontrar nuevos descubrimientos en el ámbito de la enseñanza y aprendizaje.

Por ejemplo, ya se tiene en cuenta que cada estudiante aprende de manera diferente, siendo encasillado en diferentes estilos de aprendizaje, los cuales también son clasificados de diferente manera según el autor. También se sabe de la existencia de la teoría de las inteligencias múltiples de Gardner. En esa misma línea, se han empezado a tomar en cuenta capacidades que no se tomaban en cuenta tiempo atrás al aprender, una de ellas es la creatividad.

Para Penagos (2000), la creatividad “radica en la persona y existe en un contexto” (p. 3). Es una capacidad propia del ser humano, que tiende a desarrollarse y estimularse. Durante el proceso de enseñanza - aprendizaje, se ha empezado a tomar en cuenta en los instrumentos de evaluación a la capacidad creativa de los estudiantes.

La creatividad logra mejorar los aprendizajes pues toma en cuenta aspectos que no se solían tomar en cuenta en la enseñanza tradicional, que se basaba en memorizar contenidos: “La escuela tradicional al considerar que el niño no puede producir nada, limitaba su horizonte una mera repetición de conocimientos y actividades, y cuyo éxito dependía de la capacidad para reproducir estos modelos dados” (Cerdeña, 2006, p. 155). Por el contrario, al

tener en cuenta a la creatividad en el proceso de enseñanza-aprendizaje, la evaluación se puede enfocar en otros aspectos más allá del contenido, como el que ellos mismos construyan su aprendizaje y no solo se limiten a seguir indicaciones de su docente a cargo. La creatividad es una capacidad que se puede estimular desde la misma escuela, mediante actividades que reten al estudiante a hacer uso de capacidades más allá de la retención de contenidos, en las cuales puedan desenvolverse potenciando su aprendizaje.

## CAPÍTULO III: LA EVALUACIÓN CREATIVA

En la perspectiva de cambiar la manera de evaluar en las escuelas, se propone la evaluación creativa como una alternativa de innovación. En este tipo de evaluación se tomará en cuenta la influencia que tiene el hemisferio derecho en el proceso de enseñanza aprendizaje, ya que, usualmente, la evaluación está enfocada en el contenido o disciplinar dejando de lado la imaginación, creatividad, afectividad y a las facultades volitivas.

### 3.1 Definición de evaluación creativa

La evaluación ha sido y sigue siendo una forma de medir el aprendizaje de los estudiantes. En muchas ocasiones esta deja de ser cualitativa para ser, prioritariamente, cuantitativa, es decir, la calificación que una persona obtenga demostrará cuánto ha aprendido.

En una evaluación donde se pretende calificar el resultado del aprendizaje se necesita de elementos básicos como: contenido y métodos que permitan concretar el objetivo. En cambio, en otro tipo de evaluación donde se enfatiza la importancia de lo lúdico y actitudinal se utiliza el movimiento y materiales distintos a los tradicionales (papel y lápiz).

En esta perspectiva, existe la evaluación creativa que es aquella en donde se “mezclan las exigencias de la ciencia (objetividad) y del arte (subjetividad)” (Ouellet, 2001). Este tipo de evaluación toma en cuenta lo subjetivo porque involucra al hemisferio derecho del cerebro en el cual se encuentra el sentido del arte, sentido musical, la intuición, la imaginación y las formas tridimensionales.

La evaluación creativa es la “acción iluminada por un espíritu creativo, inventivo o un acto creador” (Ouellet, 1983, p. 5). Esto quiere decir que para realizar este tipo de evaluación es necesaria la presencia de un evaluador creativo quien ponga en práctica sus facultades afectivas, cognitivas, volitivas

de manera concienzuda con el propósito de involucrar tanto lo objetivo como lo subjetivo en el proceso de evaluación.

Así mismo, las características indispensables de un evaluador creativo son la responsabilidad y la flexibilidad. En primer lugar, se considera a la responsabilidad porque este evaluador es consciente de que en sus manos está el hecho de evaluar no perdiendo de vista que cada persona es distinta y que existe un distingo en los constructos de estas.

En segundo lugar, se encuentra la flexibilidad que es la característica que “hace la diferencia entre una evaluación efectiva y una clásica” (Ouellet, 1983, p. 6). Esto quiere decir, que la flexibilidad permite que el evaluador creativo pueda percibir las necesidades y habilidades de las personas que se enfrentan a un proceso de aprendizaje. Este tipo de evaluador no sigue en estricto determinados criterios de evaluación sino que los precisará o cambiará de acuerdo a lo que se presenta.

### 3.2 Componentes del proceso de Evaluación Creativa según André Ouellet

Todo tipo de evaluación merece poseer un proceso claro y pertinente, es decir, que esté relacionado con el objetivo que se persigue. Es así que todo tipo de evaluación cuenta con un proceso determinado que le brinde al evaluador componentes que lo ayudarán a evaluar un aprendizaje.

En esta perspectiva, la Evaluación Creativa no es la excepción en poseer un proceso que contenga componentes precisos que brindan un horizonte claro para lograr la profundidad de este tipo de evaluación.

A continuación se muestran los componentes necesarios del proceso de Evaluación Creativa:

Necesidad de elegir. “Los evaluadores deben presentar las mejores alternativas a los encargados de la decisión” (Ouellet, 2001, p. 14). Este componente se refiere a que es el evaluador quien tiene que elegir, entre las

opciones que se le presenten, una alternativa que permita que el resultado pueda ser el adecuado al finalizar un proceso, trabajo, etc.

Necesidad de definir el sistema de valores. “El sistema de valores procura la participación de todos los agentes en el proceso de toma de decisiones: el estudiantes, el profesor, el administrado, etc., de acuerdo con los objetivos” (Ouellet, 2001, p.15). Este componente quiere decir que en la decisión de calificar al objeto de evaluación se necesita de la participación de quien realizó el trabajo, un evaluador y aquellas personas quienes accederán a este. Es así que a partir de la participación de estos agentes se podrán definir “qué variables se deben de tener en cuenta al valorar y reconocer el mérito” (Ouellet, 2001, p.15).

Necesidad de presentar alternativas. Es importante recalcar que se debe de contar con distintas alternativas metodológicas en el proceso de enseñanza aprendizaje con el fin de no delimitar la evaluación, ya que cada ser humano posee un determinado estilo de aprendizaje.

Necesidad de definir el papel del evaluador. Los evaluadores son los encargados de “determinar alternativas, definir la jerarquía de valores (para las decisiones) así como los méritos relativos de estas jerarquías (valor intrínseco)” (Ouellet, 2001, p.15).

### 3.3 Estrategia de evaluación creativa

Una estrategia, en palabras de Anijovich y Mora (2010), es el “conjunto de decisiones que toma el docente para orientar la enseñanza con el fin de promover el aprendizaje de sus alumnos” (p. 23). A través de ellas, el docente considera qué y cómo enseñar; así como por qué y para qué deben aprender sus estudiantes. Por otro lado, el estudiante, por medio de su aplicación, logra un aprendizaje significativo.

La estrategia de evaluación creativa para evaluar el proceso de aprendizaje de los estudiantes se diferencia de la evaluación tradicional, la

cual se basaba principalmente en el empleo de lápiz y papel. Esta estrategia pretende abarcar y evaluar diversos ámbitos de expresión, interiorización, apreciación y creatividad de los estudiantes. Esta alternativa permite al docente o evaluador desarrollar y potenciar la creatividad y expresión personal de los estudiantes, logrando así el aprendizaje divergente frente al área de Comunicación.

Así mismo, esta estrategia genera entusiasmo, interés y desarrollo de la creatividad en los estudiantes porque considera el arte y el contenido como dos elementos complementarios y esenciales para lograr el aprendizaje. Es así, que el estudiante cambia su percepción sobre la evaluación, haciendo uso de diversas herramientas que conoce y con las que interactúa en la cotidianidad por pertenecer a su contexto.

### 3.3.1 Evaluación del producto creativo

En la educación, el producto representa la evidencia del aprendizaje del estudiante. Por lo tanto, un producto creativo puede entenderse como un trabajo que constituye “una nueva idea o combinación, relación, significado, percepción o transformación” (Chacón, 2005, p. 3), el cual es resultado de un proceso de aprendizaje. Varela, Olea y San Martín (1991) señalan ocho criterios para realizar su evaluación, los cuales se explican en la tabla 1, donde se presenta la información referida al mismo:

Tabla 1

*Criterios de evaluación de producto creativo según Varela, Olea y San Martín (1991)*

Criterios de evaluación	Descripción
Originalidad	“Un diseño muy original será aquel que es poco frecuente porque introduce nuevas ideas materiales o técnicas” (Varela, Olea y San Martín, 1991, p. 100). Este criterio, por lo tanto, hace referencia a la innovación de un producto propuesto.
Eficacia	Indica “el grado en que un determinado diseño supera las deficiencias o problemas que suelen tener los diseños comunes de partida” (Varela, Olea y San Martín, 1991, p. 100). De ello se comprende entonces que la eficacia apunta a resolver la mayor cantidad de inconvenientes que usualmente presenta el diseño de un producto.
Utilidad	Es “valorar si [los diseños] tienen aplicaciones prácticas reales o si, por el contrario, serían difícilmente utilizables en la vida real” (Varela, Olea y San Martín, 1991, p. 100). En otras palabras, se comprende por utilidad a la posibilidad de emplear el producto en la vida diaria.
Parsimonia	En palabras de Varela, Olea y San Martín (1991), es resolver un determinado problema de la forma más sencilla posible. Por lo tanto, un producto será parsimonioso si resuelve de manera simple un problema.

---

Germinalidad	“Se refiere al grado en que contiene ideas potencialmente interesantes para el contexto donde se desarrolla o para otro tipo de ámbito” (Varela, Olea y San Martín, 1991, p. 100). Es importante mencionar que el desarrollo de este criterio implica que el diseño en cuestión, a través de un proceso de elaboración, sea perfectible.
Transformacionalidad	Hace referencia al “grado en que una solución representa una transformación, un cambio radical respecto al objeto común de partida, una reformulación de la situación problemática” (Varela, Olea y San Martín, 1991, p. 100). Es decir, la transformacionalidad apunta a una nueva propuesta de resolución de problema que el producto pretende atender.
Elaboración	“Un diseño estará muy elaborado si se especifican con detalle sus diferentes partes y materiales, así como su manera de funcionar” (Varela, Olea y San Martín, 1991, p. 100). Como señalan los autores, este criterio evalúa un aspecto resaltante: la rigurosidad de la preparación del diseño de un producto.
Creatividad no definida	Es la “creatividad de los diseños según su propio criterio subjetivo de "lo que es" la creatividad” (Varela, Olea y San Martín, 1991, p. 100). A partir de ese criterio subjetivo es que surgen las ideas innovadoras.

---

Fuente: Autoelaborado.

Los criterios anteriormente mencionados pueden ser considerados en la elaboración de instrumentos de evaluación. Cada uno de ellos puede ser

precisado con indicadores como alto, medio y bajo; así mismo, pueden ser modificados de acuerdo a las características propias del producto a evaluar.

### 3.3.2. Instrumento de evaluación del producto creativo

En la rúbrica que se propone como instrumento de evaluación del producto creativo se tomará en cuenta los criterios presentados por Varela, Olea y San Martín (1991).

Tabla 2

*Propuesta de rúbrica de evaluación del producto creativo*

Criterios	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3
Originalidad	Su trabajo muestra una cantidad deficiente de ideas inusuales.	Su trabajo muestra dos ideas inusuales.	Su trabajo muestra una gran cantidad de ideas inusuales.
Utilidad	Su producto creativo no le permite recordar ni comprender lo que ha aprendido.	Su producto creativo le permite recordar lo que ha aprendido pero no comprenderlo.	Su producto creativo le permite recordar y comprender lo que ha aprendido.
Elaboración	Su producto creativo no presenta rigurosidad en su elaboración y no presenta	Su producto creativo presenta poca rigurosidad en su elaboración y no se entiende la	Su producto creativo presenta rigurosidad en su elaboración y especifica cómo funciona.

detalles de su forma en cómo  
uso. funciona.

---

Transformacionali dad	Su producto creativo presenta una transformación en la manera que se puede utilizar para afianzar un aprendizaje.	Su producto no creativo presenta, parcialmente, una transformación en la manera que se puede utilizar para afianzar un aprendizaje.	Su producto creativo presenta una transformación radical en la manera que se puede utilizar para afianzar un aprendizaje.
--------------------------	---	---	---

---

Fuente: Autoelaborado.

### 3.3.3 Modelos de producto creativo para el área de Comunicación

Los modelos de producto creativo que se presentan han sido desarrollados en base a los siguientes enfoques:

a. Enfoque lúdico. En palabras de Alcedo y Chacón (2011), son “aquellas actividades didácticas, amenas y placenteras desarrolladas en un ambiente recreativo y cuyo impacto pedagógico promueve el aprendizaje significativo que se planifica a través del juego” (p. 72). Es decir, propicia un ambiente de descubrimiento y entretenimiento a través del desarrollo de actividades creativas, como las que se incluyen en la elaboración de los productos que se proponen a continuación:

La realización de frisos. Consiste en evaluar la elaboración de una especie de tríptico que consta de diez caras en donde se encuentra la portada, la trama de la obra leída acompañada de imágenes guardando una relación coherente y la apreciación personal, como se observa en la figura 1. Esta

evaluación es personal, y ayuda a desarrollar el sentido creativo y crítico del estudiante. La desventaja de este producto se encuentra en la necesidad de elegir un material idóneo que permita el soporte y durabilidad del trabajo.



Figura 1. Frisos.

Fuente: Garris, C. (2013). *Little crafts*. Recuperado de <https://bit.ly/2yOtQiT>

Croqueras y la creatividad junto a las emociones. Consiste en evaluar la creación de versos a partir de un poema existente, como se observa en la figura 2. Puede ser acompañado de una imagen. Este modelo desarrolla la competencia de Leer diversos textos escritos en su lengua materna, ya que es un trabajo individual que explora la interpretación y la creatividad de un texto. La desventaja de este producto se encuentra en la fragilidad de las hojas contenidas en las croqueras.



Figura 2. Croqueras.

Fuente: Damascrap. (2019). *Scrapbook*.  
Recuperado de <https://bit.ly/2GW0YJO>

Álbum de fotografías. Como se muestra en la figura 3, esta estrategia consiste en evaluar la elaboración de fotografías o dibujos de la lectura trabajada, manteniendo un orden de secuencia lógica y coherente donde se puede visualizar la historia narrativa. Callejón y Aznárez (2015) destacan la importancia de la alfabetización visual y aluden a los álbumes. Este modelo desarrolla la competencia de Leer diversos textos escritos en su lengua materna, ya que potencia la interiorización de la obra leída. La desventaja de este producto se encuentra en el alto costo de las fotografías del álbum.



Figura 3. Álbum de fotografías.

Fuente: Urbanoutfitters. (2014). *The perfect Scrapbook*. Recuperado de <https://bit.ly/33nLyaR>

Histograma. Como se muestra en la figura 4, esta estrategia consiste en evaluar la representación con gráficos de hechos clave de un texto

narrativo para, posteriormente, realizar una reconstrucción de la historia de manera oral. Puede ser elaborado de manera individual o grupal. Este modelo desarrolla la competencia de Lee diversos textos escritos en su lengua materna, porque recoge los hechos más importantes de la historia para narrarlos empleando materiales creativos. La desventaja de este producto se encuentra en la necesidad de elaborar dibujos de un tamaño pertinente para que sea visible para los demás estudiantes.



Figura 4. Histograma.

Fuente: Sánchez, O. (2019). *DIF anuncia Concurso Nacional de Dibujo*. Recuperado de <https://bit.ly/2ZO165y>

Fanelógrafo. Consiste en evaluar la narración de una historia haciendo uso de dibujos y mostrándolos en la superficie de un trozo de franela o tela afelpada, como se observa en la figura 5. Para ello, primero se representa gráficamente los personajes de la historia. Pernilla (2011) menciona que el material didáctico es un recurso que influye en el proceso de enseñanza aprendizaje. Si el docente elabora y crea materiales o estrategias para que sus alumnos exploren la creatividad, estos últimos tendrán una actitud positiva frente a la educación. Este modelo desarrolla la competencia de Lee diversos

textos escritos en su lengua materna, ya que incorpora los elementos del texto con la ayuda de un fondo para facilitar la exposición de los elementos. La desventaja de este producto se encuentra en la poca durabilidad y resistencia de la franela, su poco cuidado podría estropear el material.



Figura 5. Fanelógrafo.

Fuente: Girasol Material Didáctico. (2018). *Fanelógrafo: "Aventura en la granja"*. Recuperado de <https://bit.ly/31vhHeZ>

Esculturama. Como se observa en la figura 6, esta estrategia consiste en evaluar la representación física de una escultura que simboliza aquello que causó mayor impresión de la historia leída. Seguidamente, se exhibe el modelado y se describe lo que representa. Este trabajo desarrolla la competencia de Lee diversos textos escritos en su lengua materna, porque a través de su elaboración se evidencia la interiorización y el vínculo que se crea con el texto. Además, este modelo también contribuye a la animación de la lectura y su disfrute. La desventaja de este producto se encuentra en poca resistencia y durabilidad de la plastilina o arcilla, las cuales fácilmente podrían ser alteradas.



Figura 6. Esculturama.

Fuente: Manita Chucherías. (2016). *La Ratita Presumida*. Recuperado de <https://bit.ly/2MbTG92>

Portada del libro. Consiste en evaluar la creación de una portada a partir de un texto narrativo creado por el estudiante, tal y como se observa en la figura 7. Este modelo desarrolla la competencia de Leer diversos textos escritos en su lengua materna, pues por medio de la comprensión de un texto narrativo los estudiantes resaltan hechos o personajes que destacan de la historia. La desventaja de este producto se encuentra en la necesidad de conocer sobre diagramación y teoría del color para su elaboración.

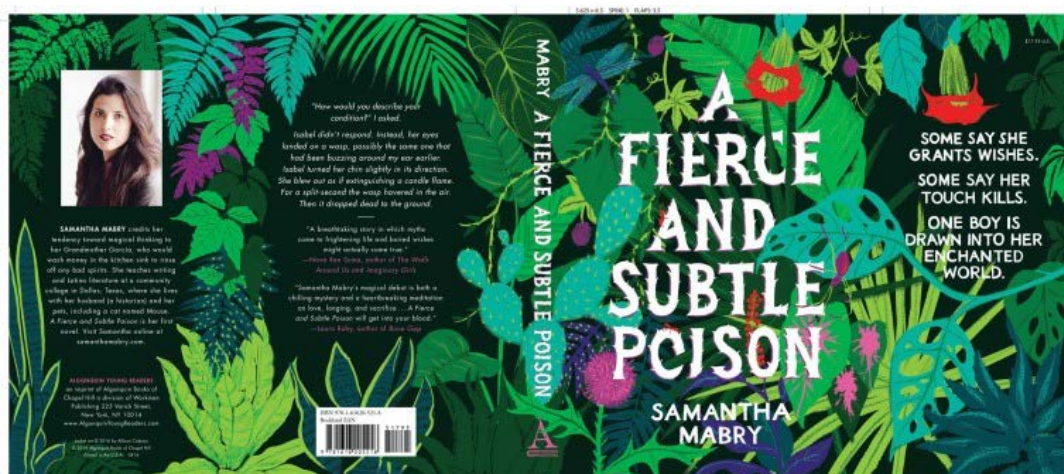


Figura 7. Portada del libro.

Fuente: Albert, M. (2015). *15 of Our Most Anticipated Debuts of 2016*. Recuperado de <https://bit.ly/33oNBvC>

Maqueta. Como se visualiza en la figura 8, consiste en evaluar la creación de una serie de elementos de una historia que evidencian la comprensión y la recreación mental de los personajes, ambientes y situaciones que suscitan dentro del texto. Esta propuesta desarrolla la competencia de Lee diversos textos escritos en su lengua materna, porque pone en evidencia la comprensión del texto a través de la representación material de un texto. La desventaja de este producto se encuentra en el posible alto costo de los materiales a emplear para garantizar la resistencia y durabilidad del producto.



Figura 8. Maqueta.

Fuente: García, M. (2019). *Mini construcción: La maqueta con materiales reales que nos encanta*. Recuperado de <https://bit.ly/2YSPm4G>

Cartel de “se busca”. Como se observa en la figura 9, esta estrategia consiste en evaluar la elaboración de un cartel que contenga una mezcla de imágenes y textos con el propósito de describir física, psicológica y valorativa a un personaje de la historia leída. Este trabajo desarrolla la competencia Lee diversos textos escritos en su lengua materna, pues caracteriza a los personajes de la historia leída. La desventaja de este producto se encuentra en la necesidad de elaborarlo de un tamaño pertinente para que sea visible para los demás estudiantes.



Figura 9. Cartel de “se busca”.

Fuente: Walls, R. (s.f). *Plantillas Se Busca Póster*. Recuperado de <https://bit.ly/2YzNm1K>

Traficando rimas. Consiste en crear versos del género poético a través del rap, para darle musicalidad y tiempo a las rimas. La figura 10 es un ejemplo de ello. Este trabajo desarrolla la competencia Escribe diversos textos escritos en su lengua materna, pues refuerza el dominio y el uso de las figuras retóricas por medio de un género musical que se adapta al valor lingüístico solicitado. La desventaja de este producto se encuentra en la necesidad de disponer de un espacio cerrado o equipo de sonido que permita la correcta difusión de sonido.



Figura 10. Traficando rimas.

Fuente: Elaboración propia.

Monopolio ortográfico. Consiste en la evaluar el dominio de la ortografía mediante el empleo de un monopolio modificado, como se muestra en la figura

11, en el que las casillas y las cartillas del juego contienen preguntas previamente preparadas con respecto al conjunto de normas que regulan la escritura. Mediante el uso de un dado y una ficha se avanza por las casillas hasta llegar a la meta. Este trabajo desarrolla la competencia Escribe diversos textos escritos en su lengua materna, ya que a través de la resolución del juego se evidencia el uso de los recursos ortográficos que se emplean en la redacción de un texto. La desventaja de este producto se encuentra en el alto costo que podría suponer su elaboración con materiales resistentes debido al constante uso que se le dará.



Figura 11. Monopolio ortográfico.

Fuente: Colegio Católico Sheng Kung de Taiwán. (2015). *Monopolio Taiwanés*. Recuperado de <https://bit.ly/2ThLp4n>

Afiche. Su objetivo es “presentar en forma simbólica la opinión de un grupo sobre determinado tema” (Vargas y Bustillos, 200 p.106). En la figura 12 se muestra un ejemplo. Esta propuesta desarrolla la competencia de Lee diversos textos escritos en su lengua materna, porque pone en evidencia la comprensión del texto a través de la presentación sintetizada de la información más importante de dicho texto. La desventaja de este producto se encuentra en la necesidad de elaborarlo de un tamaño pertinente para que sea visible para los demás estudiantes.



Figura 12. Afiche.

Fuente: Municipalidad de Los Ángeles. (2018). *Premian afiches escolares que llaman a un adecuado manejo de basuras*. Recuperado de <https://bit.ly/2OXMiAG>

¿Quién es?. “Cada alumno recibe una tarjeta con el nombre de un personaje famoso. Los demás deberán hacerle preguntas con el objetivo de adivinar de quién se trata” (Varela, 2010 p.8). Esto quiere decir que se evalúa las descripciones físicas y psicológicas de los personajes de una obra literaria leída; a través del uso de dos a más tableros con idénticas figuras de personajes literarios dispuestas en diferente orden, como se visualiza en la figura 13. Esta propuesta desarrolla la competencia de Lee diversos textos escritos en su lengua materna, porque permite identificar rasgos característicos de personajes literarios de un obra. La desventaja de este producto se encuentra en la necesidad de elaborarlo con materiales resistentes pues su uso será constante. La elección del material podría suponer un alto costo.



Figura 13. ¿Quién es?.

Fuente: El alma de mi aula. (2015). *15 Ideas originales, divertidas y "low cost"*.

Recuperado de <https://bit.ly/2yQA9CE>

Narración oral escénica. Es un “acto de comunicación, donde el narrador tiene como objetivo transmitir un mensaje al público interlocutor, de quien él espera respuesta” (Cardoso y Cordero, 2015 p. 21). Consiste en evaluar la narración de un texto narrativo teniendo en cuenta la expresión corporal, como se observa en la figura 14. Esta técnica desarrolla la competencia Se expresa oralmente en su lengua materna, ya que evidencia el uso de gestos, ademanes y postura corporal que complementan el texto oral. La desventaja de este producto radica en la participación en igual tiempo e importancia de todos los participantes, pues se podría evidenciar en algunos de ellos mayor intervención.



Figura 14. Narración oral escénica.

Fuente: Absidegc. (2015). *Sesiones de narración oral o Cuentacuentos*. Recuperado de <https://bit.ly/2YCKqWT>

Sociodrama. En esta técnica “representamos algún hecho o situación de nuestra vida real, que después vamos a analizar” (Vargas y Bustillos, 2000 p. 83). Como se muestra en la figura 15, consiste en evaluar la representación de una problemática contextualizada con el propósito de analizarla profundamente. Además, desarrolla la competencia Se expresa oralmente en su lengua materna, ya que a través de ella se evidencia la capacidad de adecuación, organización y desarrollo del texto oral que posee el estudiante. La desventaja de este producto, de igual manera se podría evidenciar en la participación semejante entre todos los estudiantes.



Figura 15. Sociodrama.

Fuente: Paz, J. (2012). *El mejor sociodrama de todos*. Grupo 10 ♥.

Recuperado de <https://bit.ly/2IRsomw>

Subastas ortográficas. Consiste en evaluar la participación de una subasta del uso correcto de las letras de una palabra. La figura 16 es un ejemplo de esta estrategia. Cada alumno tiene una paleta que contiene letras que usualmente tienen dificultad para emplearla, como las letras: v, b, c, s, z, etc. Esta actividad desarrolla la competencia Escribe diversos textos escritos en su lengua materna, pues refuerza el dominio de las reglas de ortografía y su uso al escribirlas. Como en todos los productos que implican una participación oral, la desventaja se puede hallar en la medición de la participación de cada alumno.



Figura 16. Subastas ortográficas.

Fuente: [Syda Productions](https://www.adobe.com/br/stock/photos/21848488). (s.f.). *Group of school kids raising hands in classroom*. Recuperado de <https://adobe.ly/2YBRm1L>

Bingo gramatical. Consiste en evaluar la participación de un bingo de gramática, contrastando la teoría de sustantivos, adjetivos, determinantes, adverbios y otros, con la realización de ejemplos de cada clasificación en una cartilla de Bingo, como se muestra en la figura 17. Esta actividad desarrolla la competencia Escribe diversos textos escritos en su lengua materna, pues refuerza el dominio teórico de la clasificación morfológica y sintáctica de los temas mencionados. La desventaja de este producto reside en el concepto de ganador, donde no siempre el que gana el bingo es que desarrolló mejor el manejo del contenido.



Figura 17. Bingo gramatical.  
Fuente: Ruta educativa. (2016). *Animación a la lectura a través del bingo literario ¡Juégala ya!*. Recuperado de <https://bit.ly/2KAOB71>

Cartas al autor de un libro. Como se observa en la figura 18, consiste en evaluar la elaboración de una carta dirigida al autor de un libro leído. En ella el estudiante deberá plasmar su apreciación de la obra y las inquietudes que hayan surgido por la lectura del texto. Esta actividad desarrolla la competencia Escribe diversos textos escritos en su lengua materna, ya que su realización demuestra el manejo de la estructura de este tipo de texto; así como, la organización y desarrollo de las ideas a través del análisis de la obra narrativa. La desventaja de este producto se puede percibir en los materiales, pues son frágiles y livianos.

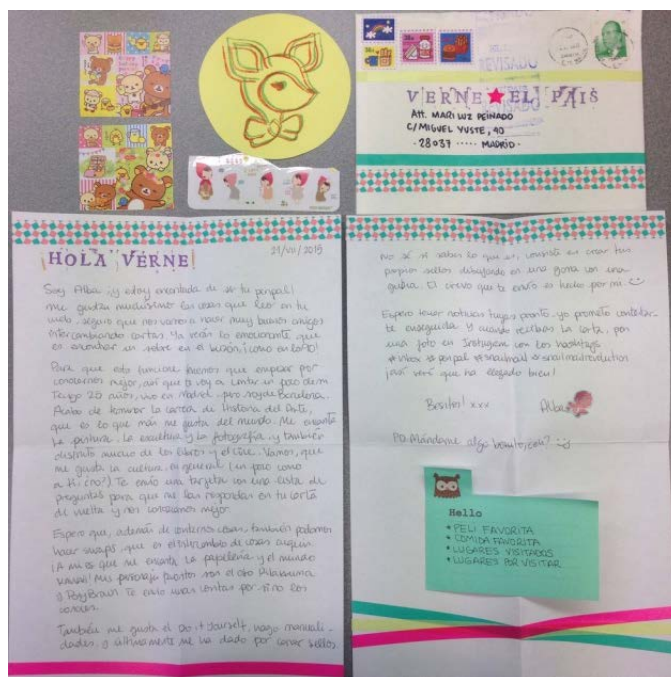


Figura 18. Cartas al autor de un libro.  
Fuente: Diario El País. (2015). *Escuela de Robinsones*.  
Recuperado de <https://bit.ly/2KEzTf3>

b. Enfoque tecnológico. Este enfoque se centra en entregar la información solicitada de forma óptima, por medio de la búsqueda y selección de los medios tecnológicos adecuados y eficaces para producir los aprendizajes esperados. Para Taba (1974), este enfoque permite utilizar las herramientas tecnológicas para organizar el contenido de tal forma que se logran las condiciones óptimas para generar los objetivos propuestos. Es así que este enfoque no solo es útil para facilitar el proceso de enseñanza aprendizaje, sino también para enriquecer, con la variedad de instrumentos que nos ofrece este enfoque, y brindar resultados concretos y observables; como los que se incluyen en los productos que se proponen a continuación:

Chats de personajes literarios. Consiste en evaluar la elaboración de una conversación entre dos personajes de una historia por medio de una red social como *Whatsapp*. En la figura 19 se observa un ejemplo de esta estrategia. Esta propuesta desarrolla la competencia de Lee diversos textos escritos en su lengua materna, ya que refuerza el contenido leído con anterioridad y lo plasma con palabras que no requieren complejidad.

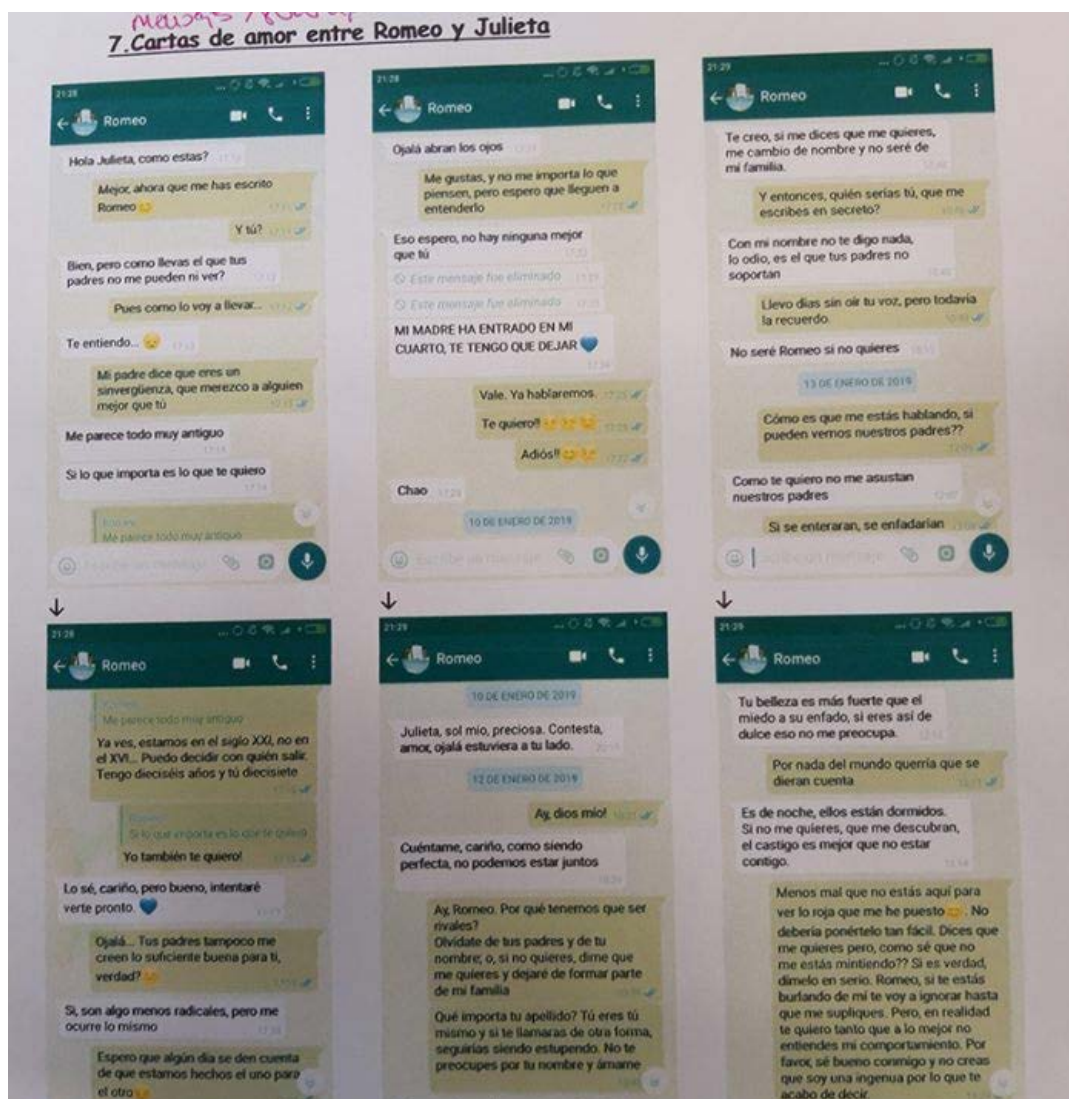


Figura 19. Chats de personajes literarios.

Fuente: Educación 3.3. (2019). ¡Romeo y Julieta usan WhatsApp!. Recuperado de <https://bit.ly/2KINN0e>

Video “Reseña literaria” en redes sociales. Consiste en la publicación de reseñas literarias a través de redes sociales como Facebook y Twitter. En la figura 20 se visualiza un ejemplo. Este modelo desarrolla la competencia Escribe diversos textos escritos en su lengua materna, ya que por medio de la elaboración de un texto argumentativo se evidencia el análisis valorativo de la obra. La desventaja de este producto radica en el uso incorrecto de este medio, donde se podría evidenciar que su variedad de herramientas desvía la verdadera intención del trabajo y su objetivo.



Figura 20. Video "Reseña literaria" en redes sociales.  
Fuente: Elaboración propia.

Spot publicitario. Como se visualiza en la figura 21, consiste en evaluar la representación de un anuncio que transmite un mensaje publicitario. Este trabajo desarrolla la competencia Se expresa oralmente en su lengua materna, pues muestra el dominio de las habilidades verbales y no verbales. La desventaja de este producto es el acceso limitado a la actualización de estos programas de internet, lo que podría impedir en el alumno la amplitud y creatividad de su trabajo.



Figura 21. Spot publicitario.  
Fuente: Peña A. (2017). Taller de cine Lice Pedro Monttde Valparaíso.  
Recuperado de <https://bit.ly/2YUfIPF>

Creación de tráiler de obras literarias. Consiste en evaluar la representación de la síntesis de una obra literaria, como se observa en la figura 22. Este trabajo desarrolla la competencia Lee diversos textos escritos en su lengua materna, pues muestra la trama de la historia de forma resumida e incorpora la secuencia lógica de su estructura, como también todos los elementos que intervienen en ella y refuerzan su idea. La desventaja de este producto son los recursos audiovisuales que poseen los estudiantes, ya que, al poseer una cámara o una grabadora de mayor calidad, el trabajo se apreciará mejor y los detalles resaltan con mayor abundancia.

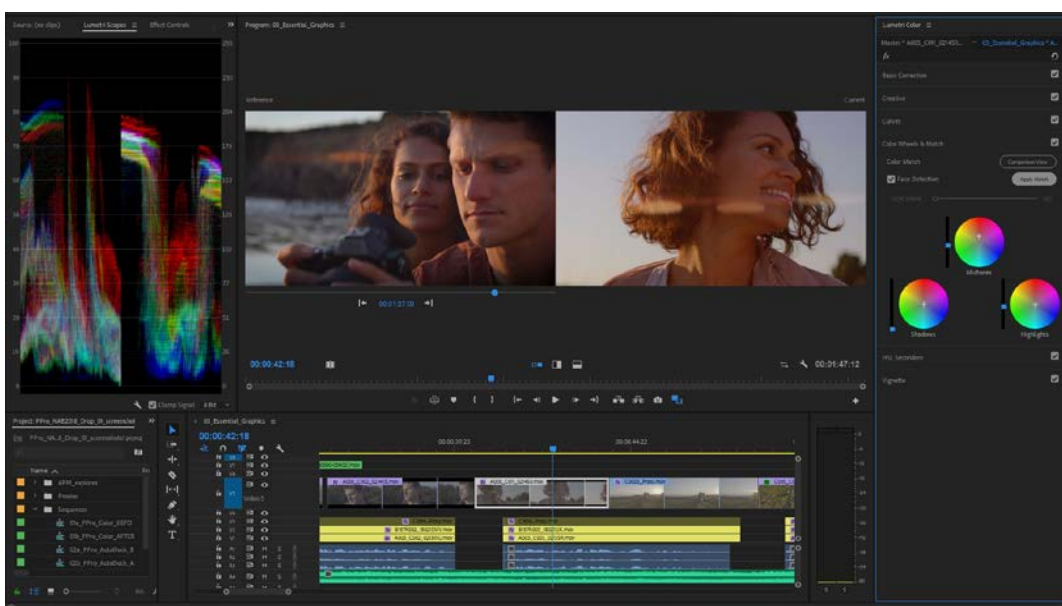


Figura 22. Creación de tráiler de obras literarias.

Fuente: School Training, Escuela de Cine y Sonido. (2019). *Técnicas de postproducción. El color y los modos de fusión en Adobe Premiere*. Recuperado de <https://bit.ly/2yPZGf2>

Charla radial con personajes literarios. Consiste en evaluar la presentación de una conversación de personajes literarios a través de un medio de comunicación como la radio o el podcast. Se visualiza un ejemplo en la figura 23. Este trabajo desarrolla la competencia Se expresa oralmente en su lengua materna, ya que demuestra el manejo de un tipo de discurso a través del lenguaje verbal y paraverbal. La desventaja de este producto es el acceso a los programas de edición de audio, es recomendable seleccionar programas previamente que se adecuen a los objetivos del trabajo, así logramos que los estudiantes sean evaluados bajo el mismo sistema de recursos y el manejo de estos sería imparcial.



Figura 23. Charla radial con personajes literarios.

Fuente: RPP Noticias. (2018). *Escolares liberteños conducen programa radial para prevenir la violencia*. Recuperado de <https://bit.ly/2OMDZaF>

Fotonovela. Consiste en evaluar la elaboración de una historia utilizando solo fotografías que retraten la secuencialidad de la novela e incorporando todos los elementos que contiene una historia para darle sentido y orden a su visualización, como se observa en la figura 24. Este trabajo desarrolla la competencia Lee diversos textos escritos en su lengua materna, pues plasma la información más importante de cada parte del texto y resume las escenas, trabajando la síntesis del contenido, discriminando los personajes relevantes y asociando el mensaje o la situación que desea transmitir en cada imagen. La desventaja de este producto se evidencia en los recursos audiovisuales que poseen los estudiantes, pues al hacer uso de una cámara de mayor calidad, el trabajo se aprecia mejor y proporciona detalles que evidencian la intención comunicativa de forma correcta.



Figura 24. Fotonovela.

Fuente: Investigación, Cultura y Desarrollo. (2014). *Estudiantes de la Escuela República de Portugal lanzan Fotonovela*. Recuperado de <https://bit.ly/31DBN75>

Blog literario. Como se visualiza en la figura 25, esta estrategia consiste en evaluar la creación de un blog con la finalidad de difundir una obra literaria, exponiendo su análisis interno y externo del texto. Este trabajo desarrolla la competencia Escribe diversos textos escritos en su lengua materna, ya que por medio de la redacción de textos descriptivos y argumentativos se evidencia el análisis de la obra que abarca diversos aspectos, para tener una revisión global de la obra desde un punto de vista crítico y reflexivo. La desventaja de este producto se evidencia en el acceso limitado a la actualización de los programas de internet, lo que podría impedir en el alumno el desempeño total en su trabajo.



Figura 25. Blog literario.

Fuente: Rodríguez, G. (2018). *Renacimiento del Romanticismo*. Recuperado de <https://bit.ly/2GXt2g4>

Memos literarios. Consiste en evaluar una creación compuesta por una imagen y un texto breve que transmite una idea, la cual está basada en un texto narrativo, como se muestra en la figura 26. Se difunde a través de las redes sociales. Esta propuesta desarrolla la competencia de Lee diversos textos escritos en su lengua materna, porque su elaboración permite evidenciar el conocimiento de las acciones de una obra literaria. La desventaja de este producto radica en el uso incorrecto de este medio, donde se podría desviar el objetivo de trabajo o limitar su realización a solo un criterio que se incline en la creatividad para causar efecto de risa o burla al lector. Por ello es recomendable dar pautas y presentar criterios de evaluación claros para evidenciar la combinación correcta de contenido y creatividad.

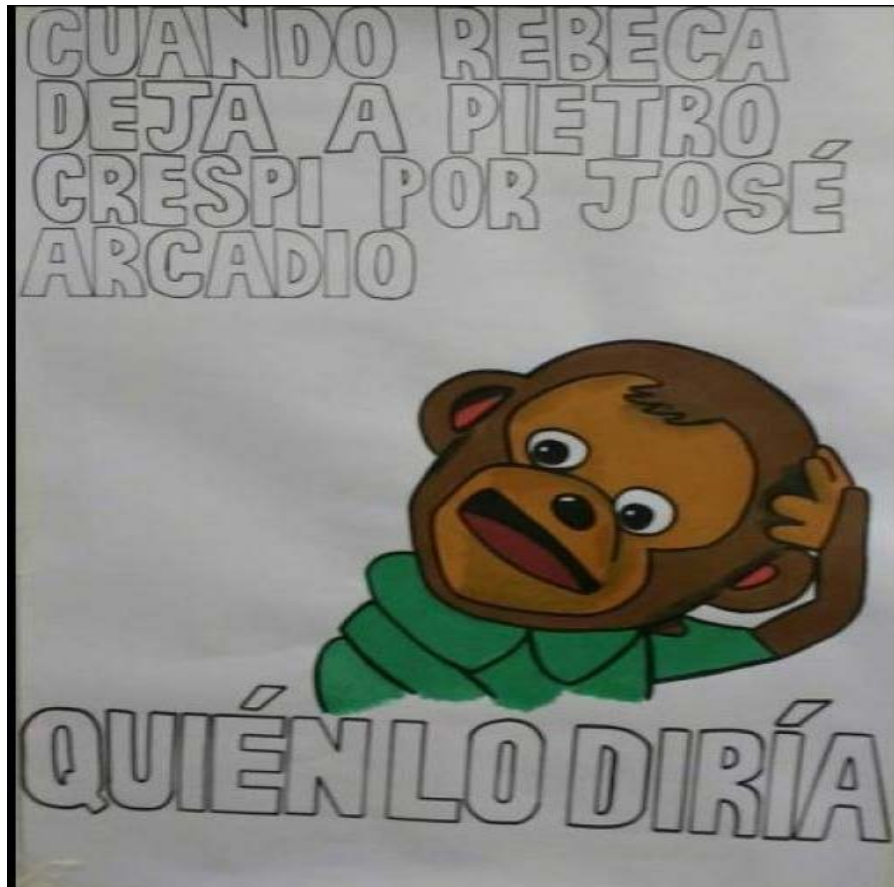


Figura 26. Memes literarios.

Fuente: FGamePlay. (2016). *Memes inspirados en García Márquez*. Recuperado de <https://bit.ly/2Kr28z6>

Perfil de Facebook de autores literarios. Consiste en evaluar la creación de un perfil utilizando una red social (Facebook) con la finalidad de interactuar con el autor y su obra literaria. En la figura 27 se observa un ejemplo. Este trabajo desarrolla la competencia. Lee textos escritos en su lengua materna, pues evidencia la comprensión de la obra y el conocimiento del autor, por medio de su descripción en el perfil creado, de esta manera se familiariza con el contenido y lo plasma en un formato común en su contexto. La desventaja de este producto, de igual manera, podría evidenciarse en el uso incorrecto de este medio, pues al ser una red social muy común y cotidiana en uso entre los jóvenes, podría no ser realizado el trabajo de manera estricta o responsable.



Figura 27. Perfil de Facebook de autores literarios.  
Fuente: Elaboración propia.

## CONCLUSIONES

La evaluación es un proceso de medición de los aprendizajes que ha variado de acuerdo al paradigma predominante de la época. Es así que, actualmente, tiene una perspectiva formativa, flexible y sumativa.

La creatividad potencia la capacidad crítica de los estudiantes y, al considerarla dentro del proceso enseñanza aprendizaje, genera en ellos motivación, desarrollo de su originalidad y espontaneidad.

La evaluación creativa tiene en cuenta dos aspectos esenciales, contenido y arte. La presencia de este último enfatiza la importancia de lo lúdico y actitudinal dentro de un proceso de evaluación.

## RECOMENDACIONES

Tener en cuenta los distintos tipos de evaluación que existen para valorar diferentes habilidades de los estudiantes y no solo enfocar el aprendizaje a los contenidos disciplinares.

Considerar la creatividad como una herramienta que fomente el interés y motivación de los estudiantes durante la realización de los productos propuestos.

Adaptar la estrategia de evaluación creativa del área de Comunicación, de acuerdo a las necesidades de aprendizaje, características y realidad a la que se encuentran sujetos los estudiantes.

## REFERENCIAS

- Alcedo, Y. & Chacón, C. (2011). El Enfoque Lúdico como Estrategia Metodológica para Promover el Aprendizaje del Inglés en Niños de Educación Primaria SABER. *Revista Multidisciplinaria del Consejo de Investigación de la Universidad de Oriente*, 23(1), 69-76.
- Anijovich, R. & Mora, S. (2010). *Estrategias de enseñanza. Otra mirada al quehacer en el aula*. Buenos Aires: Aique Grupo Editor.
- Aznárez, J. & Callejón, M. (2006). "La necesidad de trabajar con procesos de conocimiento y comprensión complejos". Sevilla: Escuela Abierta.
- Bordas, I. (2005), "La evaluación educativa." En: *Psicopedagogía para docentes*. Madrid, UNED.
- Canales, I. (2009). *Evaluación educacional*. Lima: Programa de Licenciatura para Profesores sin Título Pedagógico en Lengua Extranjera. Facultad de Educación, Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Cardoso, A. & Cordero, P. (2015). *La narración oral: un medio para la iniciación en la escritura de un texto dramático*. Facultad de Bellas Artes, Universidad Pedagógica Nacional.
- Cerda, H. (2006). *La creatividad en la ciencia y en la educación*. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio.
- Chacón, Y. (2005). Una revisión crítica del concepto de creatividad. *Revista Electrónica "Actualidades Investigativas en Educación"*, 5(1), 1-30.
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity. Flow and the psychology of discovery and invention*. New York: HarperCollins Publishers.
- Delgado, K. (2017). *Aprendizaje y evaluación*. Lima: Editorial San Marcos.
- Guilford, J. & Hofpener, R. (1971). *The analysis of intelligence*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Guilford, J. (1980). *La creatividad*. Madrid: Narcea.
- Marina, J. (1993). *Teoría de la inteligencia creadora*. Barcelona: Anagrama.
- MINEDU. (2016). *Currículo Nacional*. Lima: Ministerio de Educación del Perú.
- Escobar, G. (2014). *La evaluación del aprendizaje, su evolución y elementos en el marco de la formación integral*. Caldas: Universidad Católica de Manizales.

- Lafourcade, P. (1987). *Evaluación de los aprendizajes*. Madrid: Cincel.
- Ouellet, A. (1983). *L'Évaluation Créative: Une Approche Systémique des Valeurs*. Saint Foy: Presses de l'Université du Québec.
- Ouellet, A. (2001). *La evaluación del aprendizaje en la encrucijada: hacia una evaluación creativa*. Bogotá: Revista Escuela de Administración de Negocios.
- Penagos, J. C., & Aluni, R. (2000). *Creatividad, una aproximación*. Revista Psicológica, 1-8.
- Pérez, R. y otros, (1995). *Evaluación de Profesores y Reformas Educativos*. Madrid: UNED.
- Pernilla, A. (2011). La relevancia del material didáctico dentro del aula: Una investigación sobre las principales áreas de interés de los estudiantes de ELE. Falun: Dalarna University, School of Languages and Media Studies, Spanish.
- Ríos, A. (2001). *La evaluación del Aprendizaje: Una alternativa Pedagógica para su Transformación en la Universidad de Manizales*. Manizales: CIUM.
- Santos, M. (1993). *La evaluación. Un proceso de diálogo, comprensión y mejora*. Aljibe, Málaga.
- Scaglia, M. A. (2004), "Creatividad, psicoanálisis y Educación", en *Creatividad, actitudes y educación*. Buenos Aires, Ed. Pérez Lindo, Biblos.
- Taba, H. (1974). *Elaboración del Currículo*. Buenos Aires: Troquel.
- Trigo, E. y otros. (1999). *Creatividad y motricidad*. Barcelona: INDE Publicaciones.
- Tyler, R. (1950). *Basic principle of curriculum and instruction*. Chicago: Chicago University.
- Varela, J., Olea Díaz, J., & Varela, R. (1991). Dimensiones de Evaluación de Productos Creativos: ¿Dualismo o Bipolaridad?. *Psicothema*, 3 (1), 97-109.
- Varela, P. (2010). El aspecto lúdico de la enseñanza del ELE. Valencia: *Revista de Didáctica Español Lengua Extranjera*.
- Vargas, L. & Bustillos, G. (2000). *Técnicas participativas para la educación popular*. Tomo I. Lima: Alforja.

## **APÉNDICES**

## **PROPUESTA DE SESIÓN DE APRENDIZAJE EMPLEANDO UNA ESTRATEGIA CREATIVA**

A continuación, el grupo investigador presenta un modelo de sesión para poder utilizar el producto creativo: *el sociodrama*.

En esta sesión de aprendizaje se presenta la capacidad “Se comunica oralmente en su lengua materna” y la capacidad de “Interactúa estratégicamente con distintos interlocutores”.

Este documento consiste en evaluar una representación de los estudiantes mediante *el sociodrama*.

Se busca fomentar el interés e intercambio de ideas con la interacción de cada uno de ellos.

**SESIÓN DE APRENDIZAJE:  
Reconocemos nuestro estilo de comunicación.**

**I. DATOS GENERALES**

ÁREA	GRADO	UNIDAD	FECHA	DOCENTE
Comunicación	1º	I	Mayo	Liñan, Andrea

**II. SITUACIÓN SIGNIFICATIVA**

Los y las estudiantes están experimentando su primera semana de reencuentro y es de suma importancia que puedan dialogar para que se retome el vínculo de confianza y familiaridad al que están acostumbrados, asimismo, es relevante que los estudiantes nuevos puedan integrarse al grupo para que haya una convivencia de respeto y confianza; por ello, es que decide empezar la primera sesión de plan lector con una actividad que mantenga a todos y todas en constante interacción. A partir de lo mencionado se les plantea a los estudiantes el siguiente desafío: ¿De qué forma debo comunicarme con mis compañeros (as) para que podamos empezar una relación de amistad donde la convivencia esté basada en el respeto?

**III. ORGANIZACIÓN DE LOS APRENDIZAJES**

COMPE- TENCIA	CAPA- CIDAD	DESEMPEÑO	CAMPO TEMÁ- TICO	PRODUC- TO DE LA SESIÓN	INSTRU- - MENTO
Se comunic a oralmen te en su lengua materna	Interactúa estratégic a- mente con distintos interlocut ores	Participa en diversos intercambios orales alternando los roles de hablante y oyente.	La comunic ación: Estilos	Sociodra ma	Guía de observa ción

## IV. SECUENCIA DIDÁCTICA:

MO-MEN-TOS	PRO-CE-SO PEDA-GÓGI-CO	ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	RE-CUR-SOS	TIEM-PO
INI-CIO	Problematización/ Motivación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escoge un pequeño papel de la bolsa que contiene diversas imágenes y busca a su pareja con la que trabajará.</li> <li>• Recibe un vaso y un retazo de lana con los cuales van a simular un teléfono.</li> <li>• Emite un mensaje positivo y de entusiasmo a su pareja. Por ejemplo: “Que este año sea el mejor para ti”.</li> </ul>	Vaso s Lana	15mi n
	Recoj o de sabere s previo s	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recuerda los momentos en los que ha estado con diferentes ánimos y emite un mensaje a su pareja a través del teléfono simulado: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cuando estoy molesta/o, ¿de qué forma me comunico con los demás?</li> <li>✓ Cuando estoy feliz, ¿qué frases y cómo las suelo decir?</li> <li>✓ Cuando estoy triste, ¿de qué forma me comunico con los demás?</li> </ul> </li> <li>• Conflicto cognitivo</li> <li>• Pega el siguiente cartel en la pizarra: <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p>¿Es mi estado de ánimo el que debe decidir cómo me comunico con los demás?</p> </div> </li> </ul>	Cartu lina	8min
	Propó- sito	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plantea el propósito de la clase: “Reconocer de qué forma me comunico con los demás”.</li> </ul>		
	Organi- zación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Socializa sus apuntes.</li> <li>• Representa un socio-drama.</li> </ul>		
DES-ARR-O-LLO	Gestió n y acom- pañá-	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observa el siguiente video: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Os-Yfp4YXnl">https://www.youtube.com/watch?v=Os-Yfp4YXnl</a> (Anexo 1)</li> </ul>	Ecran	20mi n

	<b>mient o</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toma nota de lo que observó y escuchó en el video (cuaderno)</li> <li>• Escoge uno de los papeles de la bolsa para que pueda agruparse.</li> <li>• Socializa con su grupo lo que anotó en su cuaderno.</li> <li>• Observa la guía de observación con la cual será evaluado (a)</li> <li>• Organiza un socio-drama de acuerdo al estilo de comunicación que le corresponda.</li> <li>• Presenta su socio-drama a sus compañeros (as).</li> <li>• Responde las siguientes preguntas: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ¿En qué consiste el estilo de comunicación que has representado?</li> <li>✓ ¿Crees que es el correcto para comunicar lo que sientes o piensas?</li> </ul> </li> </ul>		5min 25mi n  40mi n
<b>CIER RE</b>	<b>Metac ognici ón</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responde las siguientes preguntas: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ¿Cuál estilo de comunicación se debería de usar para interactuar con los demás?</li> <li>¿De qué depende tu estilo de comunicación?</li> <li>✓ ¿Cómo te sentiste durante tu participación en el sociodrama?</li> </ul> </li> </ul>		10mi n

## V. REFERENCIAS

Recuperado de: <http://www.proyectohombre.es/archivos/66.pdf>

## VI. MARCO TEÓRICO

La comunicación		
Estilo agresivo	Estilo pasivo	Estilo asertivo
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se usa la intimidación, sarcasmo o se apela a la violencia física.</li> <li>- Imponer criterios y conseguir objetivos sin importar la opinión ni los sentimientos de los interlocutores.</li> <li>- Criticar el comportamiento de los demás propagando insultos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evitar actuar por miedo a lo que pueda suceder.</li> <li>- Abordar la situación de manera poco directa.</li> <li>- Usar estrategias que reflejan temor e inseguridad al intentar comunicarse.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las personas realizan sus objetivos interpersonales sin sacrificar sus futuras relaciones.</li> <li>- Expresar de manera clara y concisa lo que sientes y deseas de manera respetuosa.</li> <li>- Mostrar un comportamiento firme y directo ya que su propósito es una comunicación clara y directa sin ser ofensiva.</li> </ul>

## VII. INSTRUMENTOS: Guía de observación

<b>CAPA-CIDAD</b>	Interactúa estratégicamente con distintos interlocutores				
<b>DESEM-PEÑO</b>	Participa en diversos intercambios orales alternando los roles de hablante y oyente. Recurre a saberes previos, usa lo dicho por sus interlocutores y aporta nueva información considerando normas y modos de cortesía según el contexto sociocultural.				
<b>CRITERIOS</b>	Representa el estilo de comunicación correspondiente. 4p	Interactúa con sus interlocutores alternando roles (hablante) 4p	Interactúa con sus interlocutores alternando roles (oyente). 4p	Se comunica de manera pertinente con sus interlocutores según el contexto. 4p	Usa lo dicho por sus interlocutores para mantener fluida el diálogo. 4p

## VIII. ANEXOS

Anexo 1: <https://www.youtube.com/watch?v=Os-Yfp4YXnl>