

UNIVERSITARIA PANAMERICANA
INVESTIGACIÓN, DESARROLLO Y TRANSFERENCIA

Semana de la Creatividad 2011

22 al 25 de marzo

Encender el ánimo y la pasión

Margarita I. Posada Lecompte

Una de las competencias fundamentales del siglo XXI es la creatividad, expresión del emprendimiento y la autonomía. Tradicionalmente, la educación y los modelos de socialización se orientaron a la búsqueda de soluciones que empleaban el pensamiento lógico o convergente, como única respuesta concreta posible. Pero hoy en día, el país y las empresas buscan personas creativas, es decir, que frente a los problemas descubran soluciones desacostumbradas, usando para ello el pensamiento divergente o innovador.

Hacer uso de la creatividad es dar vida a algo nuevo, proveerle existencia a algo original, que tiene una utilidad y es validado socialmente por un público (aunque no necesariamente de forma inicial); para Gardner, existe creatividad cuando se integran varios elementos, originalidad, oportunidad y un público receptivo.

Demanda aceptar el desafío para identificar nuevas alternativas de respuesta a los problemas; es producir, construir, crear, generar o favorecer la inventiva y la divergencia. Es la capacidad de hacer innovaciones a partir de la combinación en forma original de viejos conceptos o ideas. Exige un conocimiento o pericia en el campo en algún ámbito de la vida; poseer habilidad en el pensamiento creativo, y pasión.¹ Requiere una disposición de flexibilidad. Cuando la persona descubre y presenta aspectos diversos a los convencionales para enfrentar una "situación reto" no sólo crea una respuesta alternativa, sino que también crece, al originarse una plasticidad conductual y cerebral.

La base neurológica de la creatividad está en el hemisferio derecho, igual que los procesos artísticos, divergentes, y emotivos. La presencia de actitudes y comportamientos creativos en el sujeto se relacionan con factores subjetivos y contextuales. Por tanto, hay que considerar cuatro referentes, una condición personal, un proceso, un ambiente y un resultado o producto².

Un resultado o producto será creativo cuando la cultura comprenda la naturaleza y el valor de esta característica, y que busque mejores maneras de hacer las cosas, que acepte los riesgos y la incertidumbre que implican la creación, que sea tolerante, para que promueva en las personas su expresión.

Para Gutman, H. (1967)³ estos productos de la creatividad humana se expresan en:

¹ Goleman, Kaufman y Ray. El espíritu creativo. Barcelona, Zeta, 2009.

² Cabrera Cuevas Jessica. Creatividad hoy. Una evolución hacia mayores niveles de conciencia y complejidad. España: Educación y futuro. 21, 2009.
<http://es.scribd.com/doc/22995908/EFMonograficoCreatividad>

³ González, Pilar. La educación de la creatividad. Biopsychology. España. 1981.
Disponibile en: http://www.biopsychology.org/tesis_pilar/t_pilar03.htm

Estructuras	existentiales
" "	operativas
" "	sociales
" "	artísticas
" "	simbólicas

Las personas creativas, son más profundas, menos previsibles, más problemáticos. No se quedan quietas, están explorando el medio ambiente y buscando respuestas. Al enfrentar un problema son fluidas, elaboran; sensibles a los problemas, redefinen, analizan, sintetizan y comunican. Manifestar la creatividad exige valor, voluntad, perseverancia; tolerar la duda, el sufrimiento y la angustia para desechar lo viejo y poner en su lugar algo totalmente nuevo, hasta entonces desconocido.

En cuanto al ambiente favorecedor de la creatividad, es aquel que toma en consideración los intereses de los alumnos, lo que a él le apasiona o interesa, que promuevan la libertad de elección y acción, conllevan a expresiones de creatividad. "Las investigaciones indican que son más apropiadas para desplegar la creatividad aquellas tareas que promueven la autonomía de los alumnos y reconocen sus capacidades para dirigir sus

procesos de construcción de conocimientos (Amabile, 1996; Rinaudo y Donolo, 1999b; Jeffrey y Craft, 2004; Jeffrey, 2006).⁴

Si se quiere fomentar un ambiente creativo en el aula de clase, es necesario que en la fase productiva de las ideas, sea inadmisibles la crítica, para dar libre curso al pensamiento de todos, conceder igualdad de oportunidades de expresión y posibilitar que todas las alternativas sean explicitadas, así será posible eliminar temores y bloqueos para enfrentar un problema a la vez. Como señalaba Carl Rogers (1954, p.147)⁵, "cuando dejemos de realizar juicios sobre las otras personas desde nuestra posición propia de evaluadores, estaremos promoviendo la creatividad".

Por tanto, las interacciones entre compañeros, el trabajo con situaciones problemáticas vinculadas al mundo real y al futuro desempeño y la discusión sobre distintos puntos de vista son factores que promueven la creatividad en el contexto áulico. Es necesario además que los participantes en una experiencia creativa posean un conocimiento previo sobre el asunto a tratar para que las propuestas recojan las aportaciones previas y al final puedan hacer una valoración de las mismas.

En todo proceso creativo, según Wallas (1926)⁶ hay cuatro estadios o momentos creativos de solución de problemas (Goleman, Kaufman y Ray, 2009)⁷

⁴ Elisondo Romina. Contextos de educación en la universidad: perspectivas de los alumnos potencialmente más creativos Revista Iberoamericana de Educación. n.º 49/6 – 10 de junio de 2009

⁵ Rogers, C en: Lawson Uso de los ciclos de aprendizaje para la enseñanza de destrezas de razonamiento científico y de sistemas conceptuales. Enseñanza De Las Ciencias, 1994, 12 (2), 165-187 disponible en: <http://www.raco.cat/index.php/ensenanza/article/viewFile/21356/93311>

⁶ Wallas citado por Lawson. IBID.

El primero es la preparación. El problema se investiga en todas direcciones. Se busca información relevante, hasta llegar a la frustración y desánimo. Un segundo estadio es la incubación. Es un tiempo de espera, de soñar despierto. La persona intenta apartar el problema de su mente consciente y atiende otras cosas. Los elementos inconscientes entran a jugar un papel relevante en la producción de nuevas ideas. Otro momento creativo es la iluminación, en el que la aparición espontánea e inesperada de una idea o solución posible. Hay una sensación personal de beneplácito por el hallazgo. Esa idea requiere posteriormente ponerse en acción. Y un cuarto estadio corresponde a la verificación, que representa un intento consciente y deliberado de someter a prueba la nueva idea. Se evalúa el resultado obtenido.

En el proceso creativo, los participantes trabajan con la información que poseen o consultan, se ponen en juego las experiencias previas, las cuales se combinan y trasladan a las nuevas estructuras (patterns), que ayudan a resolver el problema, el cual satisface alguna necesidad o interés del individuo (Arnold 1964).⁸

Se recomienda la división del problema en sus partes, observar, revisar los atributos, establecer relaciones, enlaces entre datos, integrar material disperso, para alcanzar unidades de sentido. El docente puede conducir mediante las preguntas, buscar otros usos, adaptar, modificar, agrandar, disminuir, sustituir, reordenar, invertir, combinar.

⁷ Goleman, Kaufman y Ray El espíritu creativo. Barcelona, Zeta, 2009.

⁸ Red escolar. El proceso creativo resumen de: Landau, Erika, El vivir creativo Barcelona, Herder. En:
<http://redescolar.ilce.edu.mx/redescolar/biblioteca/articulos/pdf/7procesocreativo.pdf>

De Bono, Edward⁹ asesor en el campo del pensamiento creativo, presenta tres niveles de utilidad de la creatividad:

Nivel de fondo - Se encuentra en la actitud pensante con que afrontamos una totalidad, cuando buscamos otra forma de hacer las cosas.

Nivel de concentración - Se realiza un esfuerzo para hallar una alternativa creativa a un punto específico del problema, buscamos una nueva idea para un asunto.

Nivel de instrumento - Se utiliza una técnica premeditada para desarrollar un proceso creativo.

Algunos recursos didácticos recomendables para promover la creatividad en el aula son el debate, rol-playing, dramatización, lluvia de ideas, trabajo por proyectos, y cualquier actividad que responda a las necesidades e intereses de los estudiantes, y estimulen su autonomía, iniciativa, creatividad, y aplicación del conocimiento (Goodrich et al., 1994).¹⁰

Por tanto, un programa de formación orientado a fortalecer las competencias, retoma y pone en el trabajo de todos los artífices del currículo el reto de transformar el aula de clase en un espacio para el desarrollo de la creatividad.

⁹ De Bono, Edward Ideas para profesionales que piensan. Barcelona: Paidós - Empresa 2, 1994.

¹⁰ Vizcarro, López San Segundo, Morales y Rojo. Aprendizaje (y docencia). ¿Qué debemos saber para enseñar? Formación Inicial del Professorat Universitari. México. Disponible en: http://ufap.dgdp.uaa.mx/descargas/aprendizaje_y_docencia.pdf

CAJA DE HERRAMIENTAS

La ciencia permite tanto como el arte, la aplicación de la imaginación creadora, y la técnica no es más que el producto de esa misma actividad (en palabras de Ribor), se cristaliza en la imaginación. Vigotsky, L. ¹¹

Margarita Posada Lecompte

A continuación se relaciona un grupo de actividades¹² de indagar, buscar y descubrir que los docentes podrán disponer en el aula de clase para promover procesos creativos. Estas u otras experiencias que ponga el maestro en terreno como taller micro - experimental, deben motivar el interés y la pasión de los partícipes.

El docente que asuma la invitación de hacer de su aula una experiencia transformada que promueva el pensamiento creativo, elaborará su propuesta, la pondrá en terreno, para evaluarla y posteriormente sistematizarla en un texto, el cual será enviado a la oficina de investigación. Requisito básico para el concurso- ***Díganos cómo usted incentiva la creatividad en el aula*** -.

¹¹ Vigotsky, Lev. La imaginación y la creatividad en la infancia. Pablo del Rio y Amelia Álvarez (ed.)

¹² Lamata Cotanda Rafael La actitud creativa: ejercicios para trabajar en grupo la creatividad. Narcea 2006

Rally fotográfico

Materiales: cámara digital

Identificar lo más original, innovador, e ingenioso de su entorno. Tomarle una foto y presentarlo al grupo, justificando su elección.

Condiciones. Cada grupo conformado por cuatro estudiantes, sale con la cámara de fotos digital, toma las escenas y posteriormente elige una foto para presentar al grupo. Debe justificar en la presentación las razones que los llevan a seleccionar.

Performance

En grupos de cuatro o cinco estudiantes deben organizar un performance o escena que ponga de manifiesto los sellos institucionales. El grupo debe tomar foto de las diferentes escenas creadas y posteriormente exhibirlas para votar por la imagen más creativa.

Canciones

Se pide al grupo elaborar una canción o estrofa que dé cuenta de su percepción de un hecho o circunstancia.

Hip hop

Mediante una representación grupal acudiendo al hip hop, (cómo expresión de una nueva forma de poesía) un grupo de estudiantes desarrollarán un tema de la asignatura.

Programa de tv.

Materiales: Cámara de filmación y proceso de edición

Presentar los aportes que han hecho algunos profesionales en su campo disciplinar mediante la elaboración de un vídeo- los personajes

pueden ser reales o simulados representación simulada de una Entrevista.
Combinar con escenas o imágenes para dinamizar la entrevista

Lo que hay es ausencia

Investigar cómo funciona la conciencia humana, y cómo construye percepción de realidad. Investigar lo que hace falta, lo que está ausente para que la sociedad Colombiana sea más competitiva, creativa, menos conflictiva, conformista, etc.

Acercarse a una cultura.

Indagar sobre una cultura distante, reconocer sus hábitos, formas y costumbres en torno a la alimentación, la vida cotidiana, el aprendizaje, el trabajo, mediante la participación en un intercambio de información apoyada en la red.

Debate: No hay por qué

Conducir a una reflexión argumentada en torno a las situaciones de vida en las que no parece haber razón para existir. No hay un porqué claro, por ejemplo en la guerra. El equipo prepara .

Diario interior

Escribir una carta dirigida hacia sí mismo, contando acerca de su percepción de la vida en la universidad.

Laminas

A partir de una serie de láminas puestas a disposición de los estudiantes elaborar una propuesta de entorno de aprendizaje saludable y enriquecedor.

Hacer una historia

En subgrupos a partir de un tema de interés en el campo de formación, se pide al grupo que elabore una historia colectiva que dé cuenta de las diversas caras que tiene una situación crítica.

Dibujar o pintar escenarios futuros.

Se pide al grupo que dibujen o escriban acerca de un escenario futuro.

Metáfora¹³

Describe su actividad o ideas o procesos que realiza mediante una metáfora.

Mensaje

Elaborar un mensaje acerca del mundo en que vives para que sea leído en las próximas generaciones.

Cargos u ocupaciones

Imagina los nuevos cargos y funciones que aparecerán hacia el futuro y los cargos y funciones que ya no serán precisos o necesarios.

Pensar a la inversa

Para solucionar un problema o identificar alternativas, indica, lo inverso a lo esperado, lo que no lo haría rentable, o lo haría aburrido o poco interesante, o poco atractivo, y partir de ello, revierte las ideas e identifica lo paradójico.

¹³ Gilly Salmon E-actividades: el factor clave para una formación en línea activa. Barcelona: UOC, 2004.

Los cinco patrones de la innovación: Asigne como proyecto, a grupos de estudiantes la tarea de mejorar un producto, aplicando los cinco principios de la innovación que han identificado estos consultores de la Universidad de Jerusalén¹⁴:

- a. Sustracción. Intente mejorar un producto substrayendo un componente o funciones.
- b. Multiplicación, para lograr un cambio cualitativo
- c. División. Dividir física o funcional el producto en sus componentes para ofertarlos
- d. Unificación de tareas. Reasignar una función a un producto existente.
- e. Modificación de la dependencia de atributos. Crear nuevas dependencias o modificar dependencias.

Referencias

- Cabrera Cuevas Jessica. Creatividad hoy. Una evolución hacia mayores niveles de conciencia y complejidad. España: Educación y futuro. 21, 2009. <http://es.scribd.com/doc/22995908/EFMonograficocreatividad>
- De Bono, Edward Ideas para profesionales que piensan. Barcelona: Paidós - Empresa 2, 1994.
- Elisondo Romina. Contextos de educación en la universidad: perspectivas de los alumnos potencialmente más creativos Revista Iberoamericana de Educación. N. 49/6 – 10 de junio de 2009

¹⁴ Goldenberg, Mazurky, Horowitz, Levav. Cómo dar en el clavo de la innovación. Harvard Business review. 2003.

- Gilly Salmon E-actividades: el factor clave para una formación en línea activa. Barcelona: UOC, 2004.
- Goldenberg, Mazurky, Horowitz, Levav. Cómo dar en el clavo de la innovación. Harvard Business review. 2003.
- Goleman, Kaufman y Ray El espíritu creativo. Barcelona, Zeta, 2009.
- González, Pilar. La educación de la creatividad. Biopsychology. España. 1981. Disponible en:
http://www.biopsychology.org/tesis_pilar/t_pilar03.htm
- Lamata Cotanda Rafael La actitud creativa: ejercicios para trabajar en grupo la creatividad. Narcea 2006
- Lawson Uso de los ciclos de aprendizaje para la enseñanza de destrezas de razonamiento científico y de sistemas conceptuales. Enseñanza De Las Ciencias, 1994, 12 (2), 165-187 disponible en:
<http://www.raco.cat/index.php/ensenanza/article/viewFile/21356/93311>
- Red escolar. El proceso creativo resumen de: Landau, Erika, El vivir creativo Barcelona, Herder. En:
<http://redescolar.ilce.edu.mx/redescolar/biblioteca/articulos/pdf/7procesocreativo.pdf>
- Vigotsky, Lev. La imaginación y la creatividad en la infancia. Pablo del Rio y Amelia Álvarez (ed.)
- Vizcarro, López San Segundo, Morales y Rojo. Aprendizaje (y docencia). ¿Qué debemos saber para enseñar? Formació Inicial del Professorat Universitari. México. Disponible en:
http://ufap.dgdp.uaa.mx/descargas/aprendizaje_y_docencia.pdf