

LA CREATIVIDAD COMO VALOR SOCIAL APRECIADO

Ana María Tavella

Escuela Normal Superior N° 36 “Mariano Moreno”, Rosario, Argentina

Patricia Ana Tica

Escuela Normal Superior N° 35 “Juan María Gutiérrez”, Rosario, Argentina

RESUMEN

El estudio aquí reportado, con características de investigación-acción, tuvo por objetivo registrar la opinión de una muestra no probabilística de alumnos de instituciones de formación docente en la ciudad de Rosario, Santa Fe, Argentina, en 2003. El interés en el proyecto está puesto en la creatividad de aprender a aprender como competencia básica a instalar en la formación de un profesional docente que se sienta comprometido en el autoaprendizaje y sea capaz de generarlo en los demás. El reporte concluye con sugerencias didácticas orientadas al desarrollo de proyectos en función de la creatividad

Introducción

Si concebimos el acto de educar como un pasaje cultural, como una puesta a disposición a un otro, de todo lo que le posibilita ser distinto de lo que es, en algún aspecto, se instala la necesidad de potenciar las posibilidades de aprender a aprender por sobre la acumulación de conocimientos. Aprender es la adquisición de un conocimiento, conducta o habilidad no heredada. Aprender a aprender es la adquisición consciente y reflexiva del proceso de aprender, de modo que lo adquirido en el presente pueda ser utilizado en forma análoga y nueva según las circunstancias.

La enorme inflación de conocimiento y la cantidad desbordante de artefactos técnicos no va asociada a la apertura del pensamiento, a la capacidad de análisis e interpretación.

Para lograr esa ampliación de conocimiento se hace necesario el trabajo de los procesos mentales que conducen a la creatividad. Esto es lo que la sociedad

advierte más claramente que la escuela, cuando genera demandas al respecto poniendo en evidencia que *aprecia* el valor de la creatividad y jerarquiza la capacidad para generar lo nuevo, premiando actitudes, habilidades y conocimientos diferentes.

La selección de la temática de *la creatividad de aprender a aprender como valor social apreciado* fue pensada como un disparador para reflexionar y detectar la concepción de creatividad, entendida como el aprender a aprender las competencias imprescindibles para la construcción del conocimiento.

Problema de investigación

Teniendo en cuenta la temática expuesta, la pregunta generadora del estudio fue la siguiente: ¿Cómo trascender institucionalmente la competencia básica del profesorado de *aprender a aprender*, necesaria en la escuela, a los requerimientos de creatividad de la sociedad?

El problema didáctico derivado tomó

la siguiente forma: ¿Cómo favorecer la reflexión en torno del aprender a aprender entre los alumnos del nivel terciario, futuros docentes, y los docentes para resignificar el rol social y las competencias imprescindibles en una época en constantes cambios y transformaciones? Con motivo de trabajar ambas problemáticas ensambladas se parte del siguiente supuesto anticipatorio: El cultivo de la creatividad del *aprender a aprender* se constituye en un valor social apreciado aun cuando la escuela no lo investiga ni desarrolla.

La creatividad y la cultura innovadora

La sociedad reclama de las instituciones, constantemente, la redefinición de sus funciones, incluyéndose en ella, los roles de sus participantes constitutivos. La familia, la escuela y las instituciones laborales requieren de sus hacedores una reinterpretación de las competencias necesarias para una correspondencia con los cambios y la incertidumbre que ellos generan. La escuela se ve interpelada por la realidad que la obliga a revisar su función social. Quienes estamos ligados al quehacer educativo nos enfrentamos a problemas y situaciones que ponen en cuestión las decisiones que cotidianamente tomamos en las escuelas, de allí que trabajar la creatividad del aprender a aprender como valor social apreciado se constituye en un abordaje innovador. Supone preparar para una sociedad exigente e inquieta.

Para sostener una cultura innovadora se hace necesario el desafío de potenciar en las personas la habilidad para generar nuevas ideas.

Para aumentar la capacidad de manejarse en una época de cambios continuos, los viejos límites deben ser remplazados por otros nuevos que no dependan de estructuras particulares de organización

o de formas particulares de hacer las cosas. En un contexto de cambio permanente, las instituciones no han de estar ancladas en procedimientos y procesos sino en conceptos.

En este nuevo escenario, generar estrategias innovadoras es una necesidad imperante. Gestionar el conocimiento en cada ámbito institucional permite la contextualización y responde a las demandas y requerimientos de cada realidad educativa.

No sólo es necesario potenciar el ámbito de la creatividad e innovación, sino sustentarlo, para lo cual se requiere trabajar la capacidad de aprendizaje continuo de cada uno. La innovación es uno de los principales factores que posibilitan el aprendizaje sostenible en el tiempo. Si el aprendizaje es sólo un hito pedagógico donde el profesor deposita conocimientos en la cabeza de sus alumnos, la innovación quedará en un evento y no se convertirá en un proceso continuo. Con el fluir del mundo este aprendizaje *por única vez* quedará obsoleto.

¿Cómo se define la creatividad?

La creatividad es la capacidad para resolver problemas complejos de forma imaginativa.

Potenciar la creatividad es una de las tareas específicas pero no sencilla, a la que se debe apuntar en las instituciones educativas. Pero no es simple, natural. Supone traspasar los límites sociales y personales, venciendo la inercia de las instituciones vigentes y a la vez conteniéndose en ella.

En el plano individual, el aprendizaje responsable oscila entre el temor y la necesidad. Por una parte, si queremos lograr nuestras metas sentimos la necesidad del cambio. Por la otra, sentimos angustia al abandonar lo conocido y familiar.

LA CREATIVIDAD COMO VALOR SOCIAL APRECIADO

¿Cómo resguardarse de la angustia que acompaña el aprendizaje? ¿Cómo encontrar una identidad profunda que se mantenga estable mientras se transforma la identidad superficial?

La identidad se genera en el espacio comunitario, deriva del campo social, de esa comunidad que tiene un lugar para el *tú* que uno es. Sólo con el apoyo del conocimiento y la camaradería de una comunidad, podemos enfrentar los riesgos del aprendizaje en temas significativos. La fuerza fundamental de una institución educativa que aprende es una comunidad comprometida con la transformación que empieza por sus integrantes, sigue por la estructura misma de la institución y concluye en el mundo. El ejercicio de la libertad para crear promueve y apuntala la estrategia del aprendizaje creador. Nada motiva más que una idea propia aplicada. La motivación es lo que reúnen en la misma persona el talento, la persistencia, la educación, la inteligencia y el incentivo.

Trabajar los procesos mentales se constituye en un pilar esencial para la construcción de un pensamiento complejo y polivalente y brinda las bases para un aprendizaje autónomo.

En el plano social educativo, la sociedad valora la creatividad con el aplauso, la admiración y el prestigio, pero también recurre al rechazo social, porque la creatividad puede ser fuente de conflicto social y psicosocial. La creatividad es calificada como lo raro, lo anormal, la desafiadora de los cánones tradicionales y puede amenazar la estabilidad; por eso la sociedad elabora resistencias a los cambios que se generan en ella misma.

La creatividad supone innovación y ésta puede dar lugar al cambio. El cambio implica inestabilidad que pone en

tela de juicio todo o parte de lo dado por cierto y seguro.

La función socializadora de la educación tiende a la conservación, la repetición. El miedo a equivocarnos, a quedar mal, a perder aprobación, puede dar lugar a sanciones; todos estos miedos nos acompañan y se transforman en miedo a perder poder, prestigio y reconocimiento; aparece el temor al fracaso.

Ser creativo supone coraje individual y colectivo. Supone vencer el temor a lo nuevo y al ridículo. La creatividad es una característica de las personas, de los grupos de personas y de las instituciones, lo que le da la posibilidad de estar asumida en diferentes grados. La creatividad caracteriza y adjetiva lo cotidiano de las relaciones personales porque está en las distintas personas y en los diferentes sectores sociales, en distintos grados: hay personas más creativas y otras menos creativas, con mayor o menor intensidad de creatividad, con una creatividad más o menos habitual. Es una variable de estudio.

Sostienen Penagos y Aluni (2000) que todos somos creativos y que es posible establecer niveles de creatividad, siendo esta cualidad una habilidad desarrollable.

La creatividad es la capacidad de resolver distintos problemas, que pueden ser prácticos, intelectuales, emocionales o artísticos.

La creatividad ocupacional

La literatura científica y la opinión generalizada ponen en evidencia que potenciar la creatividad se ha convertido en un mandato de la sociedad.

La creatividad ocupacional es la forma social más valorada dado que proporciona prestigio (reconocimiento social) y valor económico (resolución de

necesidades), y se constituye en el *valor agregado del capital intelectual* de la sociedad global.

Si en 2002, en Argentina, la vedette fue la crisis económico-social, en 2003 el eje de discusión en el ámbito académico fue la importancia de las personas en la reconstrucción de las organizaciones. Desde una perspectiva económica el concepto de capital intelectual aparece como superador del concepto de capital humano (Altamirano, 2002).

El capital humano se hace capital intelectual cuando, excediendo su capacidad de saber saber y saber hacer, añade la visión de futuro como valor agregado derivado de la posibilidad de imaginación del mañana, con la oportunidad de planificarlo, producirlo, crearlo, fundarlo.

El aprender a imaginar es otra forma de aprender a aprender. Con ella se incorpora la dimensión emotiva, sentimental y hasta lúdica de la variable creatividad, que caracteriza al concepto de capital humano y lo transforma en intelectual. Si bien el término intelectual no resulta muy feliz ya que remite a razonamiento, sin embargo, está añadiendo al capital humano, la dimensión más libre, *volada*, autónoma de la creatividad, aquella *que hace de cuenta que...*, aunque sepa que nunca se dará. Es la dimensión del *como sería si...*; es jugar con el futuro, juzgándolo.

Sorprendentemente, la dimensión emotiva y lúdica de la creatividad –que la escuela sólo insinúa en los contenidos artísticos curriculares (expresivos)– resulta la más *festejada y aplaudida* desde un tiempo a esta parte en el ámbito del cotidiano convivir.

La creatividad y la cultura escolar

El aprendizaje escolar tiene como uno de sus objetivos el saber saber en el

último de los procesos del aprendizaje y el saber hacer (resolución de problemas). Transforma al egresado en capital intelectual cuando incorpora la imaginación fantástica en el saber ser. En esta visión de futuro se elabora *lo que no tiene por qué darse* pero puede pensarse con fantasía (elaboración artística, de ficción, de juego) y permite anticiparse para crear (dar vida, fundar lo distinto sin necesariamente corporizarlo).

Esta dimensión emotiva, fantástica, lúdica, es naturalmente autónoma y a la vez la síntesis de las otras tres: la creatividad en el saber saber, en el saber hacer y en el saber ser.

En tiempos de crisis y de resoluciones rápidas, la dimensión emotiva se asume en forma creativa por excelencia, siendo la más apreciada, valorada y gratificada por la cotidianeidad de la convivencia y la más postergada en la escuela por su dificultad para ser enseñada.

La sociedad de hoy señala que el éxito está en anticiparse a los cambios y aprovechar de ellos, cuestión que no surge naturalmente en el hacer escolar sino que se lo provoca intencionalmente.

La sobrevaloración del saber saber y el saber hacer vino de la mano de la modernidad, la urbanización, la industrialización y la especialización del trabajo.

La posmodernidad incorpora la improvisación, el coraje, la desinhibición, el riesgo, las sensaciones límites y el desafío individual. Jerarquiza la dimensión emotiva, artística, lúdica, afectiva de la creatividad. Es esta dimensión la que se lleva los aplausos, la admiración, el reconocimiento social, la valoración económica y el poder, dentro de los límites éticos y humanos.

Ser creativo es, por sobre todo, ser el primero (y, a veces, el único) en imaginar lo que será para poder transformarlo

LA CREATIVIDAD COMO VALOR SOCIAL APRECIADO

a favor. Entonces la creatividad se hace innovación permanente y es valorada como un bien social apreciado: un valor social.

Corresponde a la escuela ponerle un sentido a este nuevo valor, el de anticiparse para modificar antes de que suceda, para que trascienda el éxito individual y se convierta en la cultura del convivir.

Si anticiparse para modificar es sinónimo de liberarse de condicionamientos y si aprender a anticiparse se construye colectivamente, entonces la autonomía dejará de ser una competencia de moda, un requerimiento social pasajero, y se convertirá en aprendizaje liberador perdurable.

La escuela desde su creación institucional estuvo encargada principalmente del saber instrumental (saber saber, saber hacer). Su evolución cada vez más exigida por funciones inmediatas (asistencia social y económica) la involucró en las constantes y renovadas crisis del presente, esquivando la visión del futuro (*hacer de cuenta que..., fantasear, jugar, inventar*) y limitando sus posibilidades de crear.

Mientras tanto la sociedad no se conforma, quiere más y gratifica a quienes más ofrecen. Nos preguntamos: Si no es la escuela ¿qué otra institución podrá responder a este requerimiento? ¿Qué pasa con el aprendizaje creador que trabaja la escuela? ¿Es suficiente? ¿Es una capacidad individual? ¿Cómo satisfacer con autonomía las exigencias sociales de creatividad? ¿En qué medida están contempladas estas tres dimensiones en la opinión de los futuros docentes? ¿Se está desarrollando una conciencia colectiva de su importancia comunitaria? ¿Hasta qué punto una de las dimensiones involucra a las otras dos en la opinión de los

alumnos del profesorado?

Si la sociedad posmoderna reclama originalidad, inmediatez, coraje, desinhibición ¿hasta qué punto la socialización de la creatividad desde la escuela puede propiciar la inclusión social?

La educación, en el contexto que ahora tratamos, propone un docente facilitador en los procesos de recuperación de la creatividad individual y colectiva y exige una combinación de saber, saber hacer y saber ser y estar, como arte y ciencia, que permita realmente lograr un desarrollo creativo, que favorezca su capacidad de hacer historia: de inclusión social y humana.

Precisiones conceptuales

Desde la *óptica escolar* la creatividad es la capacidad humana de producir contenidos mentales de cualquier tipo. La creatividad puede consistir en una actividad de la imaginación o en una síntesis mental. Es una facultad que favorece la realización de proyectos con originalidad y novedad en la resolución de problemas y ha sido estimulada por distintas investigaciones psicopedagógicas para la formación de técnicos creadores de renovaciones tecnológicas. Para ser calificada de creativa, una actividad ha de ser de índole técnica o metodológica. Hoy en día es general la creencia de que la imaginación no es propiedad exclusiva de la creación artística y, en consecuencia, puede aplicarse igual a la productividad de tipo científico. La investigación pedagógica actual trata de explicar el tipo de correlación existente entre la creatividad, la inteligencia y el rendimiento, con resultados contradictorios.

En el ámbito escolar, la creatividad se fomenta mediante el espíritu crítico y el hábito de considerar varios puntos de

vista en la resolución de un problema y no respondiendo a un modelo escolar conformista y repetitivo. El cultivo de la capacidad creadora tiene carácter urgente en el mundo actual y puede ser trabajado desde temprana edad. La creatividad puede incluirse en todas las áreas del currículo, pero solo cuando logra integrarse en él y no como ejercicios aparte alcanza éxito generalizado (*Diccionario de pedagogía y psicología*, 1999).

Desde el *punto de vista lingüístico*, reelaborando la definición de la Real Academia Española, la creatividad es la capacidad de hacer nacer, dar vida o producir algo nuevo, por parte de las personas, grupos e instituciones.

La *inventiva* es elevar tal capacidad por sobre la realidad conduciéndola al plano de la imaginación hasta llegar a la ficción. Es la capacidad de hablar o descubrir una cosa no conocida.

En este sentido *inventiva* y *genialidad* son sinónimos y se constituyen en característica diferenciadora de algunos y no propiedad de todos.

Para distinguir mejor estos términos se acudirá a sus antónimos (Doetzis, 1988). Lo opuesto a la creatividad es el aniquilamiento, la destrucción. Lo contrario de inventiva es la vaciedad, la vacuidad, la falta de imaginación o de perspectiva, la ausencia de *cabeza*, la insensatez, la falta de genialidad. Desde la perspectiva de sus antónimos, creatividad e inventiva no son lo mismo, es decir, dejan de ser sinónimos.

Si la nueva pedagogía integra creatividad con inventiva, nuestro idioma las diferencia. El idioma representa la perspectiva de la sociedad. En el cotidiano vivir crear es generar algo nuevo e inventar es imaginar algo nuevo (también se inventan mentiras)

La *creatividad* deriva de la capacidad

de producir algo nuevo y la *inventiva* implica la imaginación en una combinación del plano sentimental con el de las ideas.

Las nuevas teorías de aprendizaje se comprometen en la generación de la creatividad con la intención de propiciar la inventiva tanto en las personas como en los grupos y en las instituciones. Relacionar el saber saber, el saber ser y el saber hacer es lograr un aprender a aprender para toda la vida.

Cuando la educación centrada en la creatividad del aprender a aprender tiene en cuenta el nivel imaginativo del pensamiento, supera la instancia de la *producción* y pasa a la instancia de la *inventiva*.

La creatividad del aprender a aprender trascendiendo la realidad a través de la imaginación *hace nacer, da a luz* conocimientos, prácticas (haceres) y perspectivas nuevas en tanto son superadoras de la realidad hasta niveles de la ficción (imaginación fantástica)

La creatividad de aprender a aprender como proceso complejo (de múltiples dimensiones) combina realidad y fantasía, objetividad e imaginación. Tal complejidad propicia (no asegura) la inventiva (o la genialidad).

Método

El estudio aquí reportado recogió la opinión de los futuros docentes acerca de la creatividad.

Sujetos

Se registró la opinión de una muestra no probabilística de 123 jóvenes encuestados, alumnos de los profesados de 2º año de Nivel Inicial y de la Educación General Básica (EGB) de la Escuela Normal Superior N° 35 y la Escuela Normal Superior N° 36 y de los alumnos de 4º año del Instituto Superior de

LA CREATIVIDAD COMO VALOR SOCIAL APRECIADO

Educación Física N° 11 de la ciudad de Rosario, Provincia de Santa Fe, Argentina, mediante un estudio de campo medianamente pautado, que se desarrolló en el transcurso de 2003.

La Tabla 1 muestra la distribución de la muestra por carrera y sexo.

Tabla 1
Distribución de la muestra por carrera y sexo

Sexo	Carrera			Total
	EGB	NI	EF	
Femenino	26	31	28	85
Masculino	5	2	31	38

Instrumento

Se considera la opinión como reflejo de la conceptualización sobre creatividad que los alumnos tienen y que llevarán a su hacer docente y les posibilitará ser o no creativos.

El interés en el proyecto está puesto en la creatividad de *aprender a aprender* como competencia básica a instalar en la formación profesional del docente que se sienta comprometida en el autoaprendizaje y sea capaz de generarlo en los demás. La futura educación de los niños y de los jóvenes está en manos de quienes hoy se desempeñan como alumnos de los profesorado. De allí la relevancia de explorar sus opiniones en torno de la creatividad: con qué asocian la creatividad, qué es lo que consideran caracteriza a una persona creativa, qué se necesita para crear, si es lo mismo crear que inventar, si se requiere ser genio para crear. Estas preguntas funcionan como indicadores de las dimensiones de creatividad.

Si bien en un inicio la investigación fue pensada con un instrumento inten-

sivo-cualitativo, nos inclinamos finalmente por la técnica extensiva con carácter exploratorio con el convencimiento de que se constituiría en un buen punto de partida para relevar las opiniones puntuales de los jóvenes en torno a la creatividad.

La elaboración de un instrumento estructurado (ver Apéndice A) persiguió, a su vez, un objetivo pedagógico, por cuanto desde la cátedra de Metodología de la Investigación se integraron al proyecto alumnas de los profesorado de la Educación General Básica y de Nivel Inicial de la Escuela Normal Superior N° 35. Buscamos de esta forma, hacer realidad la propuesta Inicial del trabajo con características de investigación-acción, por cuanto oficia de capacitación de las mismas alumnas, al tiempo que las involucra en la indagación autorreflexiva. Ellas se incorporaron al proceso de planificación, elaboración del marco teórico, análisis y tabulación de los resultados de la encuesta aplicada (Carr y Kemmis, 1988). Apuntamos, de esta forma, a *la reconstrucción personal del saber* en torno de la creatividad y a su transferencia en el aula. En este sentido enseñar a investigar la creatividad es generar aprendizaje creativo transferible al campo profesional docente.

Dos conceptos claves vertebraron el instrumento de recolección de la opinión de los alumnos de los profesorado seleccionados. Estos son la creatividad y la inventiva.

En la relación entre ambos subyacen supuestos básicos que junto al primero dieron lugar a las preguntas-indicadores del cuestionario. Estos son:

1. El cultivo de la creatividad del *aprender a aprender* se constituye en un valor social apreciado aun cuando la escuela no lo investiga ni desarrolla.

TABELLA Y TICA

2. El desarrollo de la creatividad de aprender a aprender propicia la inventiva.

3. La inventiva es la instancia superadora de la creatividad.

4. La creatividad y la inventiva se construyen individual y socialmente, escolar y extraescolarmente.

El cuestionario recoge la opinión de los alumnos del profesorado en las tres dimensiones de la creatividad del aprender a aprender señaladas en la Tabla 2.

Los ítemes son indicadores derivados de ejemplos y preguntas que apuntan a estimar la visión de la complejidad de la creatividad. Creatividad que es gratificada, ponderada, valorada y aplaudida por

la sociedad del presente y se conforma como un producto complejo de combinación entre realidad y fantasía.

El cuestionario registra la opinión de los futuros docentes desagregando la creatividad en sus tres dimensiones con la intención de especificar su complejidad.

Cada pregunta involucra la conjunción de (a) la creatividad de aprender a hacer, (b) la de aprender a conocer y (c) la de aprender a imaginar. Detrás de cada pregunta subyace el concepto de creatividad trabajado, pretendiendo resaltar la predominancia del aspecto que define la opinión del alumno docente.

La *primera dimensión* identifica la

Tabla 2

Dimensiones del cuestionario: la creatividad de aprender a aprender

Dimensión	Pregunta	Indicador
Aspecto práctico: aprender a hacer	8. ¿Con qué asociás la creatividad?	* Con la felicidad en la vida cotidiana. * Con el éxito en el mundo de los negocios.
	9. Una persona creativa se caracteriza por:	* Resolver inmediatamente situaciones impensadas. * Ser metódica. * Organizar nuevas situaciones.
	10. ¿Qué se necesita para crear?	* Flexibilidad en la toma de decisiones.
Aspecto científico: aprender a pensar, conocer la verdad	8. ¿Con qué asociás la creatividad?	* Con la producción de nuevos conocimientos.
	9. Una persona creativa se caracteriza por:	* Provocar cambios. * Ser una excepción a la regla.
	11. ¿Es lo mismo crear que inventar? ¿Por qué?	* Buscar el pensamiento verdadero. (preguntas abiertas)
	12. ¿Solamente los genios pueden crear? Argumenta. 13. Narra dos situaciones que consideres creativas.	
Aspecto emotivo-artístico-afectivo: aprender a imaginar	8. ¿Con qué asociás la creatividad?	* Con la producción de obras artísticas originales.
	9. Una persona creativa se caracteriza por:	* Tener coraje. * Ser desinhibida.
	10. ¿Qué se necesita para crear?	* Imaginación para emplear el tiempo lúdico, no condicionado.

LA CREATIVIDAD COMO VALOR SOCIAL APRECIADO

creatividad con el aspecto práctico, es decir con el saber hacer, concreto, real, que posibilita la manipulación y modificación de la cotidianidad con acciones concretas. Definimos el *saber hacer* como la capacidad de manipulación. Es detectada con 8.2, 8.3, 9.4, 9.6, 9.7, 10.1, 12 y 13.

La *segunda dimensión* es el saber-saber, la dimensión del pensamiento, de la lógica. Ser creativo en esta dimensión es ser generador de conocimiento buscando la verdad. Es detectada con 8.4, 9.1, 9.2, 11, 12 y 13.

No fue incorporada la opción de lo que se necesita para crear en el aspecto científico. Se reconoce importante esta ausencia, que pudo haber sido suplida con *curiosidad bibliográfica* como tercera alternativa.

La *tercera dimensión* identifica la creatividad con lo emotivo, lo artístico, lo afectivo, lo fantástico o lúdico, contrario a lo real. Significa *hacer de cuenta que...* que nos coloca en situación del otro, que no tiene que ver con la realidad, por cuanto no presenta concretamente una situación real. Es la creatividad que permite imaginar y sentir, por lo cual se halla por encima de lo que se puede dar. Es la creatividad que permite trascender la lógica. Es la creatividad más individual que recupera en plenitud la interioridad. Es detectada por 8.1, 9.3, 9.5 y 10.2. Es resolver problemas haciendo de cuenta que el mundo es distinto de lo que es.

Las preguntas abiertas 10, 11, 12 y 13 fueron pensadas a modo de cotejo, con el propósito de detectar la conformidad o no con las respuestas anteriormente dadas. Nos interesa saber si se reafirman desde la argumentación las prioridades seleccionadas. Las cuatro intentan distinguir la creación de la

inventiva incorporando el aspecto de genialidad de la creatividad.

La pregunta 11 pone al encuestado en la disyuntiva de enfrentar el discurso pedagógico con el lingüístico, ya explicitado.

La pregunta 12, “¿Solamente los genios pueden crear?”, está orientada a recuperar las opiniones de los estudiantes jóvenes en relación a si existe en esencia algo nuevo, en la personalidad del que crea. Remite al modelo que presenta Csikszentmihalyi (2000), en donde aparecen tres vértices para la creatividad: (a) la persona creativa, (b) la disciplina en donde se es creativo y (c) el grupo de expertos que determinan la originalidad y la utilidad de las ideas; es decir, la comunidad que colectivamente asigna cualidad de creación. Si una parte de la creatividad es construida socialmente, cobra fuerza la interacción social entre la persona y el medio social.

Csikszentmihalyi (1988) atribuye dos requisitos a lo creativo: que sea original y que se pueda transmitir añadiendo conocimientos nuevos al acervo colectivo, para ser transmitido a las generaciones siguientes.

La creatividad es un proceso, una característica de la personalidad y un producto. Las personas que hicieron cosas creativas (productos) las hicieron con determinados procedimientos (procesos) y actuaron de determinada manera (características de la personalidad), en contextos facilitadores de una estrategia de invención.

La pregunta 13 pone al alumno en situación de crear, por medio de la elaboración de ejemplos.

Resultados

Análisis descriptivo de la información

Una síntesis de la tabla de frecuencia

TAVELLA Y TICA

de las respuestas de los estudiantes por carrera se incluye como Tabla 3.

En los Profesorados de Nivel Inicial.

En la encuesta realizada en los profesores de Nivel Inicial de las Escuelas Normales Superior N° 35 y 36, se trabajó con una submuestra de 33 alumnos, sobre un total de 123. El 94% de ellos pertenece a la franja etaria que va de 20 a 31 años, en tanto el 6% restante al segmento de 32 años a 43. El 94% es de sexo femenino y el 9% domiciliado en la ciudad de Rosario.

La mayoría de los encuestados (55%) asocian la creatividad con un saber científico, relacionándola con la producción de nuevos descubrimientos. Un 24% la atribuye a la felicidad en la vida cotidiana proveniente de un saber práctico, en tanto un 18% opina que la creatividad está asociada con la producción de obras artísticas originales (respuesta relacionada con un saber estético, emotivo).

Para el 70% de los encuestados, una persona creativa se caracteriza por organizar nuevas situaciones (respuesta vinculada al saber práctico). Asimismo el 30% opina que una persona creativa es aquella que resuelve inmediatamente situaciones impensadas (respuestas también vinculadas a este tipo de saber).

Un 27% contestó que es creativo aquel que es capaz de provocar cambios, opción que responde a un saber científico, y sólo un 3% lo atribuye a tener coraje, de origen emotivo.

En cuanto a lo que se necesita para crear, la mayoría (85%) opina que la creatividad puede realizarse con imaginación para emplear el tiempo lúdico, no condicionado, opción encuadrada con lo emotivo, estético. El 12% la relaciona con la flexibilidad en la toma de decisiones, que tiene que ver con un saber práctico.

Un 64% piensa que crear no es lo mismo que inventar, en tanto un 33% dice que sí lo es. A este respecto el 43% del total justifica su respuesta enmarcándola en el saber práctico, un 30% en un saber científico, un 12% lo atribuye a un saber estético, emotivo, mientras un 15% no responde a esta pregunta.

El 97% opina que no sólo los genios pueden crear o promover situaciones creativas.

El 46% de los estudiantes responde al saber práctico en la primera situación creativa, un 21% lo relaciona con lo emotivo y lo estético, en tanto un 33% no responde.

El 21% de la submuestra narró o imaginó la segunda situación planteada a partir del saber estético, emotivo; un 9% al práctico, un 6% al científico, mientras el 64% del grupo no respondió.

El alto porcentaje de alumnos docentes que no contestaron no es casual. Ha de entenderse como una real dificultad para imaginar, producir y aplicar la transferencia de su opinión de creatividad.

En los profesorados de EGB. En la encuesta realizada en los profesorados de las Escuelas Normales N° 35 y 36, se abordó a una submuestra de 31 alumnos. El 74% pertenece a la franja etaria que va de 19 a 29 años, en tanto el 26% restante al segmento de 30-40 años. El 84% es de sexo femenino y el 87% domiciliado en la ciudad de Rosario.

La mayoría de los encuestados (42%) asocian la creatividad con un saber práctico, otorgándole una significación relacionada con la felicidad en la vida cotidiana. Un 29% la atribuye a la producción de nuevos descubrimientos provenientes del saber científico, en tanto el 26% opina que la creatividad está asociada con la producción de obras artísticas originales,

LA CREATIVIDAD COMO VALOR SOCIAL APRECIADO

Tabla 3
Frecuencias de respuestas a los ítemes del estudio por carrera

Item	Carrera			
	EGB	NI	ISEF	Total
¿CON QUÉ ASOCIAS LA CREATIVIDAD?				
1. Aspecto emotivo-artístico-científico: aprender a imaginar	8	6	14	28
2. Aspecto práctico: aprender a hacer	13	8	17	38
3. Aspecto práctico: aprender a hacer	0	0	1	1
4. Aspecto científico: aprender a pensar	9	18	27	54
5. No contesta	1	1	0	2
UNA PERSONA CREATIVA SE CARACTERIZA POR...				
1. Aspecto científico: aprender a pensar	7	9	12	28
2. Aspecto científico: aprender a pensar	0	0	3	3
3. Aspecto emotivo-artístico-científico: aprender a imaginar	1	1	2	4
4. Aspecto práctico: aprender a hacer	9	10	24	43
5. Aspecto emotivo-artístico-científico: aprender a imaginar	0	0	0	0
6. Aspecto práctico: aprender a hacer	0	0	0	0
7. Aspecto práctico: aprender a hacer	11	13	18	42
9. No contesta	3	0	0	3
¿QUÉ SE NECESITA PARA CREAR				
1. Aspecto práctico: aprender a hacer	11	4	15	30
2. Aspecto emotivo-artístico-científico: aprender a imaginar	20	28	42	90
9. No contesta	0	1	2	3
¿ES LO MISMO CREAR QUE INVENTAR?				
1. Sí	12	11	11	34
2. No	17	21	45	83
9. No contesta	2	1	3	6
¿POR QUÉ?				
1. Aspecto práctico: aprender a hacer	13	14	23	50
2. Aspecto científico: aprender a pensar	6	10	20	36
3. Aspecto emotivo-artístico-científico: aprender a imaginar	4	4	6	14
9. No contesta	8	5	10	23
¿SÓLO LOS GENIOS PUEDEN CREAR?				
1. Sí	2	0	1	3
2. No	29	32	56	117
9. No contesta	0	1	2	3
SITUACIÓN CREATIVA 1. Ejemplos				
1. Aspecto práctico: aprender a hacer	13	15	37	65
2. Aspecto científico: aprender a pensar	2	0	2	4
3. Aspecto emotivo-artístico-científico: aprender a imaginar	7	7	15	29
9. No contesta	9	11	5	25
SITUACIÓN CREATIVA 2. Ejemplos				
1. Aspecto práctico: aprender a hacer	6	3	31	40
2. Aspecto científico: aprender a pensar	0	2	4	6
3. Aspecto emotivo-artístico-científico: aprender a imaginar	8	7	9	24
9. No contesta	17	21	15	53

TAVELLA Y TICA

lo cual está relacionado con la emotividad y el saber estético.

Para el 35 % de los encuestados, una persona creativa se caracteriza por organizar nuevas situaciones, vinculado al saber práctico, asimismo el 29 % opina, también vinculado a este tipo de saber, que una persona creativa es aquella que inmediatamente resuelve situaciones impensadas.

Un 23% contesta que es creativo aquel que es capaz de provocar cambios, que responde a un saber científico y sólo un 3% lo atribuye a tener coraje, de origen emotivo. Un 10% no responde.

En cuanto a lo que se necesita para crear, la mayoría (65%) opina que la creatividad puede realizarse con imaginación para emplear el tiempo lúdico, no condicionado, opción encuadrada con lo emotivo y lo estético. Sólo el porcentaje restante lo relaciona con la flexibilidad en la toma de decisiones, que tiene que ver con un saber práctico.

Un 55% piensa que crear no es lo mismo que inventar, un 6% no responde la consigna y un 39% dice que sí lo es. A este respecto el 42% justifica su respuesta enmarcándola en el saber práctico, un 19% en un saber científico, un 13% lo atribuye a un saber estético, emotivo, y un 6% no responde.

El 94% opina que no sólo los genios pueden crear o promover situaciones creativas. Estas situaciones, según el 42%, responden al saber práctico, un 23% las relacionan con lo emotivo y sólo un 6% con lo científico, en tanto un 29% no responde.

El 26 % narró o imaginó la segunda situación a partir del saber estético, emotivo; un 19% al práctico y un 55% no respondió la pregunta.

En este caso, se reitera la explicación expresada a propósito de los estudiantes

de los Profesorados de Nivel Inicial. El número de sujetos que no contestaron evidencia la real dificultad de los alumnos docentes para imaginar, producir y aplicar la transferencia de su opinión de creatividad.

En el Instituto Superior de Educación Física. En la encuesta realizada en el ISEF N° 11, se abordó a una submuestra de 59 alumnos, sobre un total de 90, que corresponden a dos divisiones de cuarto año. El 89% pertenece a la franja etaria que va de 21 a 25 años, en tanto el 11% restante al segmento de 26 a 30 años. El 52% es de sexo masculino y el 71% del total, domiciliado en Rosario.

Un 45% de los encuestados en este grupo asocian la creatividad con un saber científico, con la producción de nuevos descubrimientos. Un 29% la atribuye a la felicidad en la vida cotidiana proveniente de un saber práctico, en tanto el 24 % opina que la creatividad está asociada con la producción de obras artísticas originales, lo que se halla relacionado con la emotividad y el saber estético. Sólo un 2% la relaciona con el éxito en el mundo de los negocios, lo que responde también a un saber práctico.

Para el 41% una persona creativa se caracteriza por resolver inmediatamente situaciones impensadas, vinculado al saber práctico. Asimismo, el 31% opina, también vinculado con el saber práctico, que una persona creativa es aquella que puede organizar nuevas situaciones.

Un 20% contestó que es creativo aquel que es capaz de provocar cambios, lo que responde a un saber científico. Un 5% lo relaciona con ser una excepción a la regla, encuadrados dentro de un saber científico y un 3% con tener coraje, relacionado con lo emotivo.

En cuanto a lo que se necesita para

LA CREATIVIDAD COMO VALOR SOCIAL APRECIADO

crear, la mayoría (71.5%) opina que la creatividad puede realizarse con imaginación para emplear el tiempo lúdico, no condicionado, opción encuadrada con lo emotivo, con el saber estético. El 25.5% lo relaciona con la flexibilidad en la toma de decisiones, de origen práctico. Un 3% no responde.

Un 76% opina que crear no es lo mismo que inventar, un 19% dice que sí lo es, mientras un 5% (3 alumnos) no responde. En la justificación que se les solicita, el 39% del grupo encuestado enuncia su respuesta enmarcándola en el saber práctico, un 34% en un saber científico, un 10% en un saber estético, emotivo, y un 17% no contesta.

El 97% piensa que no sólo los genios pueden crear o promover situaciones creativas y un 3% no responde.

Respecto de la primera situación creativa, el 63% la plantea de acuerdo con un saber práctico, un 26% con un saber emotivo, estético, el 3% con el saber científico, mientras el 8% no responde.

El 52% del grupo atribuye la segunda situación a un saber práctico, un 15% al estético, emotivo, el 7% al saber científico y el 26% no realizó esta descripción de situación.

Puede observarse que en la carrera del Profesorado de Educación Física, el porcentaje de sujetos que no contestaron es menor que el de las otras submuestras. Se trata de un 4º año, en un profesorado donde el juego y la fantasía son pilares estructurantes de determinados espacios curriculares, que favorecen la transferencia a situaciones de inventiva.

Apreciaciones comparativas

En la encuesta realizada en los profesorado de EGB y Nivel Inicial N° 35 y 36 y en el ISEF N° 11 se abordó una población de 123 alumnos, el 25% perte-

nece a EGB, el 27% a Nivel Inicial y el 48% al ISEF.

Un 42% de los encuestados en EGB asocian la creatividad con un *saber práctico* relacionado con la felicidad en la vida cotidiana. En el Nivel inicial, un 24% coincide con esto, al igual que un 29% en el ISEF. La mayoría de los encuestados en el Nivel Inicial la asocia con un saber científico, con la producción de nuevos descubrimientos (55%); en EGB sólo un 29% opina lo mismo y en el ISEF un 45%.

Asociaron la creatividad con un *saber estético, emotivo*, con la producción de obras artísticas originales, un 26% en EGB, un 18% en el Nivel Inicial y un 24% en el ISEF. Con el éxito en el mundo de los negocios que se asocia a un saber práctico, han coincidido un 2%, sólo en el ISEF.

En cuanto a cómo se caracteriza una persona creativa, en EGB un 35% la concibe como poseedora de un saber práctico, con capacidad para organizar nuevas situaciones. También la mayoría del Nivel Inicial (70%) coincide con esto, no así en el ISEF 41%, donde la caracterizan por resolver inmediatamente situaciones impensadas, aunque también la vinculan con el saber práctico.

Al respecto de lo que se necesita para crear, en EGB un 65%, en el Nivel Inicial, un 85% y en el ISEF un 71% coinciden en que es fundamental la imaginación para emplear el tiempo lúdico, no condicionado, que tiene que ver con un saber estético, emotivo.

Para un 55% de los de la EGB, un 64% de los del Nivel Inicial y un 76% de los del ISEF, no es lo mismo crear que inventar. Un 42% de los de la EGB justifican su posición desde un saber práctico, al igual que un 43% de los del Nivel Inicial y un 39% de los del ISEF.

TABELLA Y TICA

En cuanto a la situación creativa 1, en EGB un 42% la imagina de acuerdo con un saber práctico, en el Nivel Inicial, un 46% y en el ISEF un 63%.

En la situación 2, en EGB un 26% la narra vinculándola con un saber estético-emotivo. Lo mismo ocurre con un 21% del Nivel Inicial, en tanto un 52% del ISEF lo hace con un sentido orientado al saber práctico.

Las variables contextuales

Las variables o características contextuales son los atributos generales, demográficos o de base que califican las opiniones de los estudiantes.

Las respuestas que se analizaron, pertenecen a una población entre los 19 y 43 años, con una dispersión diferente en cada carrera. Los modos se ubican entre los 21 y los 27 años, punto de acercamiento entre las poblaciones estudiadas.

La importante presencia femenina en el ámbito de los profesorados de Nivel Inicial y EGB I y II es producto de una construcción social histórica, heredada, tradicional que centra en las mujeres la tarea de educación de los niños y jóvenes. En el profesorado de Educación Física, en cambio, se visualiza una equiparación entre los sexos (44 mujeres y 46 varones), que también es producto de una visión tradicional, que concibe a los profesores varones, educando a los niños y jóvenes y a las docentes mujeres, guiando la educación de las alumnas.

La disparidad en el sexo de los profesorados de Formación Inicial y EGB dificulta las conclusiones respecto de una opinión diferenciada acerca de lo que se necesita para crear. Sin embargo las mujeres se orientan con mayor facilidad hacia la elección de una creatividad que prioriza el campo de la imaginación.

Esto se ve ratificado cuando se trabaja con un profesorado donde los totales de varones y de mujeres están parejos, como el caso del ISEF donde sobre un total de 29 mujeres, 21 de ellas, priorizan el área emotiva, conservando la proporción entre los varones.

Buscando fundamentos a esta relación, podemos hallarlo en la distinta formación de los profesorados. Los dos primeros se profesionalizan en el área formal de enseñanza. El campo de educación física actualmente se orienta, además, hacia la educación no formal e incluye al tiempo de ocio creativo como un área de desarrollo de la enseñanza específica en su oficio. Desde el punto de vista estadístico y de su interpretación, podemos concluir que el tipo de carrera incide en la apreciación de la dimensión que prioriza a la creatividad.

El nivel de estudio de los padres refleja que las madres mujeres registran mayor escolaridad que los padres. En nuestra cultura, al menos por ahora, la relación entre la madre, el niño y la escuela es mayor que la del padre. Los alumnos de los profesorados con alta escolaridad en los padres, cuentan con un capital cultural que podría constituirse en un valor creativo que trasciende a la vida.

Las apreciaciones comparativas de los tres profesorados muestran una tendencia a ejemplificar situaciones creativas, inventivas y geniales en forma práctica, de alto valor realista y de escaso nivel de abstracción.

Discusión

En su mayoría, las respuestas están vinculadas con un saber práctico, demostrando así el predominio de ideas volcadas a lo concreto.

Se observa que los encuestados del

LA CREATIVIDAD COMO VALOR SOCIAL APRECIADO

sexo masculino han tenido mayor elaboración en el contenido de las respuestas.

Las respuestas dadas por los encuestados mayores de 25 años resultan tener una mejor reflexión y expresión con respecto a la definición, argumentación, caracterización y ejemplificación del concepto de creatividad.

En las descripciones de las situaciones creativas, la mayoría de los encuestados (en el Nivel Inicial y en el ISEF) han relatado ejemplos relacionados con un saber práctico y (en menor porcentaje) emotivo. Sin embargo a la hora de asociar la creatividad, lo hicieron utilizando un saber científico.

A pesar del gran predominio de respuestas de tipo prácticas, la gran mayoría ha coincidido que para crear se necesita imaginación para emplear el tiempo lúdico no condicionado. Pertenecer a un saber estético-emotivo.

Es notoria la influencia del nivel intelectual y cultural del entorno familiar hacia ideas, percepciones y concepciones que demuestran los encuestados en el desarrollo de sus respuestas.

Los alumnos estudiados presentan dificultades en armonizar las tres dimensiones de la creatividad.

Si el concepto de creatividad ocupacional es el que le otorga el valor social a la creatividad cuando la aplicamos a la resolución de los problemas cotidianos, encontramos que los alumnos se enfrentan al presente utilizando prioritariamente la dimensión práctica. Esto implica continuar con el camino ya iniciado. Les cuesta romper lo históricamente dado, imaginando, jugando, con situaciones que podrían ser o no para planificar otras que nunca se dieron y que podrían darse: *potencial de creatividad*. En este sentido la creatividad no se constituye en un valor apreciado y limita el protagonismo

de la escuela en los cambios sociales.

Sugerencias didácticas

Siguiendo el análisis que realiza Domínguez Ríos (2002) acercamos algunas sugerencias didácticas:

1. Es indispensable para cualquier proyecto educativo que se proponga un trabajo a favor de la creatividad, mantener una ética que contemple un profundo respeto por el ser humano, una aceptación de sus diversidades, una tolerancia verdadera, una capacidad de empatizar, una motivación comprometida en el desarrollo creativo propio y de los demás, una actitud deliberada de encontrar soluciones creativas a los problemas, una honestidad y entrega al trabajo, un equilibrio entre humildad, lucidez y confianza, donde se evite el autoritarismo y se reconozca que hay más de una respuesta válida.

2. Toda recuperación de la creatividad requiere un proceso combinado de vivencias, experimentación, reflexión y retroalimentación que conduce a una síntesis creativa individual, por lo cual las propuestas escolares deben asentarse en el alumno como protagonista de su propio aprendizaje, constructor del propio conocimiento.

3. Es necesario desarrollar proyectos de trabajo orientados a lograr un nivel adecuado de autoconfianza, autoestima, autoconocimiento y seguridad psicológica porque permiten apertura, flexibilidad, iniciativa y sensibilidad para realizar propuestas y acciones diversas de las habituales. Estas propuestas son esenciales para que cada persona pueda reconocer el potencial creativo que posee y pueda desarrollarlo.

4. Los problemas deben dejar de verse como tragedias y deben ser percibidos como oportunidades, como retos a la imaginación, porque esta actitud permite

TAVELLA Y TICA

contactarnos con una serie de posibilidades dentro de nosotros mismos y del entorno.

5. Tienen que revalorizarse las relaciones de cooperación, el sentido de interdependencia y complementariedad.

Referencias

- Altamirano, Carlos (Dir.). (2002). *Términos críticos de sociología de la cultura*. Buenos Aires: Paidós.
- Carr, W. y Kemmis, S. (1998). *Teoría crítica de la enseñanza*. Barcelona: Martínez Roca.
- Csickszentmihalyi, Mihaly. (2000). Motivation and creativity: Toward a synthesis of structural and energistic approaches to cognition. *New Ideas in Psychology*, 6(2), 159-176.
- Csickszentmihalyi, Mihaly. (2000). Potenciando la creatividad personal. *Revista Psicología*. Recuperado el 18 de agosto de 2003, de http://homepage.mac.com/penagoscorzo/creatividad_2000/creatividad8.html
- Doetzi, M. (Dir.). (1988). *Gran diccionario de sinónimos y antónimos*. Santiago: Occidente.
- Domínguez Ríos, María del Carmen. (2002). *Despertando la creatividad de los docentes. Para desarrollar actitudes creativas en los alumnos*. Recuperado el 18 de agosto de 2003, de http://www.comunicacion.buap.mx/gaceta/2002/gct54/pag_26.htm
- Penagos, Julio César y Aluni, Rafael. (2000). Preguntas más frecuentes sobre creatividad. *Revista Psicología*. Recuperado el 18 de agosto de 2003, de http://homepage.mac.com/penagoscorzo/creatividad_2000/creatividad8.html