

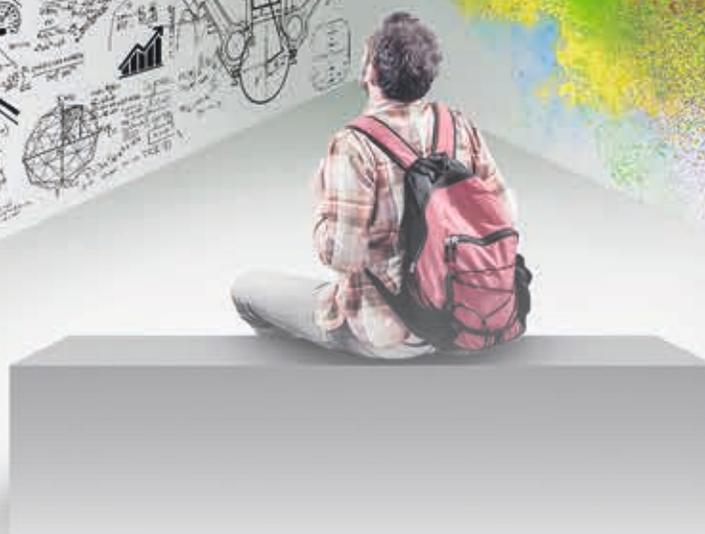


Mariola Lorente Arroyo

Licenciada y máster en filosofía. Investigadora, creadora de contenidos y tutora on line de la Universidad de Padres.

Coautora del libro *El bosque pedagógico y cómo salir de él* y *Creatividad en la educación, educación de la creatividad. Claves para hacer de la creatividad un hábito.*

El mundo necesita más personas creativas



Si preguntamos a un grupo de gente quién se considera creativo, pocas personas darán una respuesta afirmativa. Tendemos a asociar la creatividad con esferas muy concretas como el arte, la publicidad o el diseño. Sin embargo, la creatividad va mucho más allá. El pensamiento creativo es una aplicación de la inteligencia; una capacidad presente en todos nosotros que, como tal, puede entrenarse, desarrollarse y mejorarse. Ser creativo no es más que aplicar las facultades intelectuales a un proyecto creador. La educación formal debe volver la vista hacia esta destreza, que ya está siendo una de las competencias más demandadas en el mundo laboral.

numerosos mitos y prejuicios sobre ella. Se suele creer que las ideas innovadoras surgen de repente, por efecto de las musas o la inspiración, en la mente de un genio. Por eso la mayoría de las personas no se consideran a sí mismas creativas.

Sin embargo, este tipo de pensamiento no es un don especial, algo con lo que naces o no. Para José Antonio Marina «crear es producir intencionadamente novedades eficientes para resolver problemas o realizar proyectos» (Marina 2013). Es decir, que hay criterios para considerar una idea o producto como creativo: ha de ser algo nuevo y original, y tener un propósito, un valor, servir para algo o resolver un problema. La creatividad no es “todo vale”.

Pero ¿qué es la creatividad?

Pese a que la creatividad cada vez parece tener más presencia en el ámbito educativo, todavía existen

La creatividad es una de las capacidades humanas más complejas, pero su estudio por parte de la psicología resulta relativamente reciente.



DISPONIBLE EN PDF

<http://rutamaestra.santillana.com.co/edicion-27/el-mundo-necesita-mas-personas-creativas/>

Una de las teorías que resultan más útiles para el estudio de la creatividad es la de las “Cuatro Ps” (MacKinnon, 1975; Mooney, 1963), que determina los cuatro elementos básicos que hay que tener en cuenta para abordar esta capacidad:

- La persona creativa: cualidades, rasgos y atributos, personalidad, características individuales, etc.

- El proceso creativo: las ideas no salen de la nada; la creatividad es un proceso con distintas fases, no un acto repentino de iluminación.

- El producto creativo: es el resultado de dicho proceso y debe cumplir dos requisitos: aportar novedad y valor o pertinencia.

- El entorno creativo (place): la personalidad creativa depende del entorno del individuo: familia, escuela, lugar de trabajo, ciudad, etc. Las condiciones particulares, sociales y ambientales afectan positiva o negativamente a la creatividad.

Este último aspecto es, por tanto, especialmente influyente en el desarrollo de la creatividad, ya que un contexto represivo, cerrado y estático dificulta mucho este desarrollo. El sistema educativo, si aspira a fomentar la creatividad, deberá tener en cuenta este elemento.

Por otro lado, varios autores han considerado que existen distintos niveles de creatividad.

Craft (2002) comenzó por distinguir entre Big C o creatividad eminente, la creatividad de personas destacadas en un determinado campo cuyas innovaciones llegan incluso a cambiarlo por completo; y la Little c o creatividad cotidiana, que es una capacidad general o básica, presente en cualquier persona. No se trata de que nos convirtamos todos en unos genios, sino de tener más recursos para enfrentarnos al día a día (Marina, 2014). Es este tipo de creatividad diaria a la que vamos a prestar más atención.

Kaufman y Beghetto (2009) completaron este modelo añadiendo dos niveles más: Mini C y Pro C. La Mini C es la creatividad inherente al proceso del aprendizaje y que aún no ha logrado la expresividad y la relevancia que se requieren en la creatividad de la vida diaria. Se correspondería con los intentos, los pasos que da un individuo en el proceso creativo. Es por tanto un concepto muy útil para

la didáctica de la creatividad. Por último, la Pro C se refiere al ámbito laboral. Se podría aplicar a un profesional que realiza logros significativos dentro de su campo, aunque sin llegar al nivel de la Big C.

Nuestra visión de la creatividad es más amplia y pragmática que el tradicional reduccionismo artístico. Cuando hablamos de incorporar la creatividad a la enseñanza formal, no pretendemos que nuestras alumnas y alumnos sean el futuro García Márquez o la nueva Frida Kahlo. No todos podemos ni tenemos que ser Picasso, pero sí podemos ser más creativos. La creatividad es un hábito, y como tal, se puede entrenar.

La creatividad es una herramienta que nos facilita la vida y nos ayuda a resolver problemas y a afrontar retos, a tener más recursos, ver más posibilidades de acción, distintas perspectivas... Sirve para resolver problemas nuevos y para buscar soluciones novedosas a problemas antiguos. Amplía nuestras posibilidades. Implica asumir riesgos, pensar de manera divergente, tener apertura y flexibilidad mental. Se basa en la generación de ideas y en su evaluación en función del objetivo buscado (Marina, 1993). Es todo esto lo que nos interesa fomentar en los niños.

Por qué importa la creatividad

La escuela debería contribuir a desarrollar personalidades creadoras, habituadas a pensar creativamente, a ver posibilidades y generar más ideas. De hecho, la creatividad es una de las llamadas “destrezas del siglo XXI”.

Los expertos vienen reclamando, desde hace años, este nuevo enfoque donde educación y creatividad van de la mano.

En 2001 se celebró en Barcelona el I Congreso de Creatividad y Sociedad. 2009 fue declarado Año Europeo para la Creatividad e Innovación y Howard Gardner (2011) considera que la mente creativa será una de las cinco mentes del futuro.

«La creatividad nos permite adaptarnos a las novedades, parece urgente y necesario desarrollar esta competencia. La mejor forma de hacerlo es que tanto la escuela como la familia colaboren en esta tarea» (extracto del manifiesto del Año Europeo para la Creatividad e Innovación.)

El científico Thomas Homer-Dixon se preguntaba si no hay en este momento un déficit de creatividad. Teme que no estemos generando el talento necesario para resolver los imponentes problemas del futuro. El Global Talent Report también alerta de ese posible déficit (Marina, 2014).

Vivimos en un contexto que se ha definido como VUCA (Kail, 2010): volátil, incierto (uncertain), complejo y ambiguo. Tenemos que adaptarnos a estas condiciones cambiantes para no quedar excluidos. Hemos entrado en la sociedad del aprendizaje; la principal riqueza de las naciones es el conocimiento y tendremos que aprender a lo largo de toda la vida y adquirir nuevas competencias.



Numerosas investigaciones (Ananiadoun y Claro, 2009; ATC21S, 2014; Binkley et al., 2012; Partnership for 21st Century Skills) han previsto cuáles

serán las habilidades más demandadas en el futuro inmediato, y la creatividad destaca entre ellas, siendo una de las destrezas más mencionadas. Por eso el mundo educativo debe prestarle atención.

Nuestra defensa de la creatividad responde a la necesidad actual de adaptación a una sociedad impredecible. Poco podemos anticipar acerca del futuro aparte de que será cambiante. El cambio es nuestra única certeza. Sin embargo, el sistema educativo se está quedando retrasado, no está sabiendo asumir estos cambios o lo está haciendo del modo equivocado.

Los rápidos avances sociales y tecnológicos plantean una serie de problemas complejos que incrementan las necesidades creativas. La gestión del conocimiento ya no puede realizarse, como antaño, de un modo reproductivo. Es decir, antes la sociedad avanzaba a un ritmo más lento, por lo que un período concreto de aprendizaje servía para toda la vida. Ahora tendremos que realizar aprendizajes constantes.

Debemos cultivar una mentalidad abierta, la flexibilidad de pensamiento, la tolerancia ante la incertidumbre, la capacidad de aceptar las novedades, la posibilidad de contribuir a la innovación y a los procesos de cambio. Considerar la creatividad como una meta educativa clave no es cuestión de modas, sino que refleja una clara necesidad social.

«La creatividad es un bien social, una decisión y un reto. Formar a los jóvenes en creatividad es apostar por un futuro de progreso, de justicia, de tolerancia y de convivencia y por una actitud comprometida con los problemas sociales» (Torre, 2003).

Cómo fomentar la creatividad en el aula

Hace ya más de diez años, una simple pregunta agitó los círculos educativos. ¿Matan las escuelas la creatividad?, se preguntaba el célebre autor de El elemento, Ken Robinson. La charla TED se hizo mundialmente famosa y es una de las más vistas de la plataforma. Robinson cuestionaba el sistema educativo tradicional, comparándolo con una fábrica de producción en cadena que promueve la homogeneidad y la repetición, ahogando el espíritu inquisitivo, curioso y audaz de los niños.

Cuando hablamos de la teoría de las 4 Ps de la creatividad, vimos la importancia del entorno para el desarrollo de esta destreza. Pues bien, el entorno escolar, junto con el familiar, es uno de los más relevantes a la hora de educarla.

Construimos las nuevas ideas a partir de lo que ya tenemos y conocemos, de nuestras circunstancias; de ahí la importancia del entorno. Los factores sociales y ambientales pueden contribuir positivamente al aumento de la creatividad o bloquearla por completo. Al hablar de entorno, contexto o ambiente no nos referimos solo a lugares físicos -aunque la gestión del espacio es también significativa- sino a las dinámicas, relaciones e interacciones que se establecen a nivel humano.

Entonces ¿cómo es un entorno creativo? Es un espacio de aprendizaje continuo; un lugar que facilita y promueve el intercambio, la colaboración, la conexión, la generación de redes, los ambientes abiertos y tolerantes, la diversidad.

El entorno escolar debe alimentar el pensamiento creativo de sus estudiantes, transmitirles que sus aportaciones son valiosas, que son capaces de expresar sus sentimientos, pensamientos y puntos de vista y que se les va a escuchar, que ellos pueden contribuir al aprendizaje de sus compañeros e incluso del profesor.

Los buenos centros educativos promueven la creatividad y generan capital creativo, tanto entre el alumnado como entre los docentes. Esto implica un conjunto de habilidades, compromiso, ambiente adecuado, recursos creativos y un equipo profesional formado y comprometido con este valor. Por su parte, los alumnos necesitan tiempo, espacio, respeto y que se valoren sus intervenciones, ideas y preguntas.

Hay que abandonar la visión mecanicista de la educación y sustituirla por una más organicista. La educación trata de gente viva, no de cosas inanimadas. Si enseñamos de manera rígida, basándonos en estándares y uniformidad, ¿cómo vamos a fomentar la individualidad y la imaginación? (Robinson, 2015).

La creatividad debe enseñarse de manera transversal. La escuela debe educar el pensamiento racional, el pensamiento crítico y el pensamiento creativo. Esto no puede hacerse de manera aisla-

da o como materias independientes, sino que estas capacidades deben estar integradas en el currículo general.

En cuanto a las formas o herramientas para enseñar creatividad, no se puede hablar, en sentido estricto, de metodologías concretas. No existe un método único ni fórmula mágica que produzca individuos creativos. Se necesita una variedad de enfoques para poder afrontar desde diferentes puntos de vista las situaciones educativas, generar técnicas creativas, proponer actividades y, en definitiva, promover el hábito de pensar creativamente.

Hace falta una metodología vivenciada, participativa, lúdica, creativa, individualizada, social... siempre en función de las necesidades del grupo concreto de alumnos (Madrid y Mayorga, 2008).

Todos, y en especial quienes nos dedicamos a la educación, debemos cambiar nuestra percepción, apreciar el valor de la creatividad y comenzar por hacernos conscientes de que nosotros mismo también podemos ser más creativos. Este cambio de actitud no solo será beneficioso a nivel individual sino que, sin duda, tendrá un impacto positivo en nuestro alumnado.

Decálogo para enseñar creatividad

1. Si quieres alumnos creativos, sé un docente creativo.
2. Estimula la curiosidad de tus alumnos.
3. Conoce a tu alumnado, genera conexión emocional, confianza y seguridad.
4. Sorprende. Desafía. Reta. Las preguntas y el cuestionamiento son grandes herramientas.
5. Los mayores enemigos de la creatividad son el miedo y la rigidez.
6. Permite el error. La equivocación forma parte del proceso de aprendizaje.
7. Trabaja la comunicación, la expresividad.
8. Anima a tu clase a experimentar, tocar, manipular y usar los sentidos.
9. Enseña, transmite conocimientos: la creatividad se basa en relacionar, mezclar, asociar, conectar...
10. Abre el aula: invita gente, enseña el mundo. La creatividad necesita diversidad. **RM**