

LA IMPORTANCIA DE LA CREATIVIDAD EN EL AULA

Por Alberto Guerrero Armas.

1. INTRODUCCIÓN

La dimensión creativa adquiere cada vez más relevancia en el mundo actual, y la escuela creativa ha de formar personas en todas sus dimensiones. Por ello, los docentes debemos utilizar estrategias para atender no sólo las operaciones verbales, analíticas y abstractas, propias del pensamiento convergente, sino también las funciones no verbales, espaciales, analógicas y estéticas, que son específicas del pensamiento divergente.

Desde el punto de vista educativo, se puede afirmar que la creatividad, en el momento actual, no se reduce a un ámbito artístico (pintura, música, poesía, etc.), sino que constituye una base sobre la que se puede apoyar la enseñanza y el aprendizaje de cualquier materia.

La dimensión creativa se puede contemplar en todas las edades, pero cuanto antes se comience a cultivar, más posibilidades hay de desarrollar las capacidades de creación. El principal objetivo de la educación es crear hombres capaces de hacer cosas nuevas.

2. LA CREATIVIDAD: CONCEPTUALIZACIÓN Y FACTORES

2.1. CONCEPTO DE CREATIVIDAD

A lo largo de la historia han sido muchas las definiciones de creatividad que se han dado, a raíz de las cuales, podemos generalizar diciendo que:

- La creatividad es un sentimiento de libertad que nos permite vivir en un estado de transformación permanente;
- La creatividad en la ciencia, el arte y el vivir son las formas con las que se expresa la necesidad de trascender, de dar luz a algo nuevo;
- Es la capacidad para encontrar conexiones nuevas e inesperadas;
- Es un poder que no tiene dueño.

Para unos, la creatividad es el arte de buscar, probar, combinar de formas diferentes los conocimientos e informaciones de todo tipo; para otros, el pensamiento creativo, es el pensamiento innovador, exploratorio, atraído por lo desconocido, lo indeterminado; y hay quien cree, que la creatividad es la tendencia natural a la realización personal.

Si quisiéramos concretar lo anteriormente dicho en una sola definición, encontraríamos que la creatividad es la capacidad de inventar algo nuevo, de relacionar algo conocido de manera innovadora o de apartarse de los esquemas de pensamiento y conductas habituales.

2.2. COMPONENTES DEL PROCESO CREATIVO

Se llama creativo el trabajo que realiza alguien saliéndose de los moldes establecidos, es decir, no reproduciendo exactamente lo que le han enseñando o ha aprendido. La creatividad supone ver las cosas desde una perspectiva distinta a como las hemos visto antes o a como las ven los demás.

Podemos considerar indicadores de creatividad los siguientes:

- **Fluidez.** Consiste en la producción de la mayor cantidad posible de palabras, ideas, expresiones, asociaciones... atendiendo a una regla o consigna dada (número de sílabas, letra inicial...), y sin limitaciones en cuanto al significado. Cuantas más respuestas se ofrezcan, más probabilidades hay de que algunas de ellas sean creativas;
- **Flexibilidad.** Hace referencia a la variedad o número de categorías Bife rentes que se utilizan en el momento de producir ideas y a la varíe de soluciones dadas a un problema.
- **Originalidad.** Hace alusión a las respuestas menos habituales o a aquellas otras que se alejan de lo obvio y común y que generalmente son juzgadas como ingeniosas. En ocasiones surgen de forma espontánea otras veces después de un trabajo sistematizado.
- **Elaboración.** Consiste en organizar los proyectos e incluso las tareas más simples con el mayor cuidado posible. Otros indicadores que suelen presentarse son:
 - La sensibilidad para detectar problemas;
 - La capacidad de riesgo, tanto intelectual como físico;
 - La audacia, el humor, etcétera.

Normalmente, estos elementos no se presentan aislados, sino que suelen confluír de forma sinérgica.

Los tres primeros factores, fluidez, flexibilidad y originalidad, son funciones del Pensamiento Divergente o Lateral, que actúa como un explorador que va a la aventura. Es el que no se paraliza con una única respuesta ante un problema, es la libre asociación de ideas e imágenes. Es la reestructuración de lo conocido de un modo nuevo. En definitiva, provoca la creatividad.

Por el contrario, el llamado Pensamiento Convergente es el que evoca ideas y trata de encadenarlas para llegar a un punto ya existente y definido, si bien, oscuro para el sujeto.

2.3. CONDICIONES QUE FAVORECEN EL DESARROLLO DE LA CAPACIDAD CREADORA

Las condiciones necesarias para que surja la creatividad en el aula son la seguridad y libertad psicológica de los/las alumnos/as. Es decir, si el/la alumno/a se siente comprendido, aceptado y libre de amenazas desarrollará cualidades que le permitirán actuar con entrega personal y, así mismo tendrá libertad para tomar sus propias decisiones.

Docentes y padres podemos seguir unos principios generales que propicien ese clima:

- Ser respetuosos con las preguntas que hacen los estudiantes;
- Respetar las ideas que presentan;
- Hacerles ver que sus ideas son valiosas;
- Fomentar el aprendizaje espontáneo por propia iniciativa.

En definitiva, favorecer la libertad y la comunicación, crear un ambiente favorable y la independencia de pensamiento son condiciones que deben estar presentes en el proceso educativo si queremos llevar a cabo una pedagogía de la expresión creadora.

3. LA CREATIVIDAD: ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS Y TÉCNICAS PARA DESARROLLARLA

3.1. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS PARA DESARROLLAR LA CREATIVIDAD

El desarrollo de la creatividad en el niño es una función de la educación que debe estar presente tanto en el diseño instructivo como en el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje.

- Estrategias en el diseño instructivo:
 - Diseñar un programa poco estructurado, en el que el alumno pueda tomar decisiones, dicho programa debe ser flexible e innovador;
 - Promover experiencias que admitan las iniciativas de los alumnos;
 - Incluir técnicas de desarrollo de la creatividad adecuadas a la edad de los niños.
- Estrategias en el proceso de enseñanza-aprendizaje:
 - El/la profesor/a puede motivar intrínsecamente la creatividad favoreciendo los intereses de los alumnos y su expresión polivalente. El pensamiento y la conducta creativa también pueden motivarse extrínsecamente, recompensando al estudiante tanto desde el punto de

vista afectivo (haciéndole ver que sus ideas son valiosas) como desde el punto de vista material (premios). Sin embargo, el/la profesor/a no debe emitir juicios valorativos ni comparar los comportamientos creativos de los/las alumnos/as;

- A lo largo del proceso de enseñanza-aprendizaje, el/la profesor/a debe utilizar aquellas técnicas creativas que se adapten al nivel madurativo de los estudiantes;
 - Dar tiempo para que el estudiante genere y produzca sus propias ideas. El/la profesor/a no debe enfocar las actividades como una competición o como algo que urge resolver; el proceso creativo lleva siempre un tiempo de incubación;
 - Utilizar las ideas de los/as alumnos/as; ello facilita el que la energía creadora crezca dentro del aula.
- Introducir en el aula materiales y situaciones de aprendizaje que sean novedosos y fomenten la fantasía y la exploración en diversos campos de trabajos. Aquellos materiales y juguetes que sólo tienen un modo de utilización no favorecen la creatividad;
 - Establecer un clima no directivo y de libertad que implique el respeto interindividual;
 - Realizar preguntas semi-directivas y no directivas que sean abiertas, es decir, que admitan distintas respuestas;
 - Dentro de las estrategias para la creatividad se pueden considerar los métodos creativos, que se pueden clasificar de la siguiente forma:
 - Método analógico, a través del cual se establecen relaciones entre lo consciente y lo inconsciente;
 - Método antitético, mediante el cual la atención se centra en la diferencia, la contradicción, la oposición, la negación y la supresión;
 - Método aleatorio, que permite ordenar los elementos de forma original o reordenar los que ya estaban ordenados previamente.

3.2. TÉCNICAS PARA DESARROLLAR LA CREATIVIDAD

La mayoría de las técnicas para desarrollar la creatividad parten de la creación de un clima adecuado.

Las técnicas para el desarrollo de la creatividad son instrumentos psico-educativos que llevan al individuo al tipo de disposición de comportamiento que facilita el descubrimiento.

En otros términos, mediante la utilización de técnicas relativamente sencillas se consigue que ciertos tipos de problemas se enfoquen desde todos los ángulos posibles, principalmente las técnicas que amplían la realidad objetiva habitual y la ensanchan y enriquecen.

Podemos comentar las más importantes:

3.2.1. BRAINSTORM

También llamada “tormenta cerebral” o “lluvia de ideas”. Fue creada por A. F. Osborn, y es útil para abordar muchos de los problemas que se plantean en el aula.

Su principio básico consiste en separar la fase de generación de ideas de la fase de evaluación. El valor de esta técnica de «pensar en grupo», frente a la alternativa de «pensar individualmente» tiene sus defensores y sus detractores.

Hay quienes piensan que es un proceso eficaz para que se produzca una mayor abundancia de ideas. Osborn dice que una tercera parte de las ideas que surgen son ideas encadenadas a la actividad pensante del grupo.

Sin embargo, también hay resultados que no confirman esta hipótesis. Taylor (1958) expuso que el número de ideas que producen los sujetos es mayor cuando trabajan individualmente que cuando trabajan en grupo.

Quizás, como dice Guilford (1962), ni la situación en grupo ni la situación individual sean ideales, es decir, la mejor en todas las circunstancias y para todos los individuos. Las dos pueden ser utilizadas ventajosamente.

Cuando se trata de resolver un problema, con frecuencia se plantean en la clase discusiones. Cuando esto sucede, la discusión se convierte en una defensa de las propias ideas y muchos participantes se inhiben de expresar las suyas ante el tema de la crítica.

De ahí que la esencia del Brainstorming consista, primero, en producir el mayor número posible de soluciones para un determinado problema, aunque parezcan disparatadas, y, después, en su evaluación.

Cuando mayor sea el número de ideas que surjan, mayor será la probabilidad de que, entre ellas, aparezca una verdaderamente genial. Osborn piensa que la cantidad origina calidad.

3.2.2. LA SINÉCTICA

Fue ideada por W. Gordon (1963) para estimular la creatividad. La esencia de la misma consiste en relacionar cosas distantes, en convertir lo familiar en extraño y en convertir lo extraño en familiar.

La clave reside en relacionar cosas distantes, en romper el bloqueo de cada idea e ir más allá de sus conexiones habituales. Hay que relacionar realidades alejadas para buscar soluciones que parecían imposibles. Esto exige situarse en una perspectiva más amplia. Cuando parece que están agotadas todas las soluciones posibles de un problema, pueden encontrarse otras nuevas, en las que no habíamos reparado, si planteamos el problema desde una perspectiva más general.

Finalmente, convertir lo familiar en extraño es, quizás, lo más característico de la «sinéctica». Las cosas se trivializan por su uso cotidiano y las vemos como algo natural. Pero, ¿no podían haber sido de otro modo? Descubrir nuevas posibilidades, colocarnos en un momento anterior a la solución que ahora tienen y pensar en sí podrían haber sido de otra manera es convertir lo familiar en extraño.

3.2.3. EL SOCIO-DRAMA (JUEGO DRAMÁTICO)

El socio-drama es una técnica elaborada a partir del psicodrama ideada por J.L. Moreno (1946), con finalidad psico-terapéutica. Se basa en conseguir la participación del sujeto en una representación libre que le permite exteriorizar sus conflictos y problemas.

Pasos:

- Definición del problema:
 - El director o animador del grupo explica a los/las alumnos/as el problema aportando el mayor número posible de datos que sirvan para identificar las dificultades y conflictos que encierra;
 - Contestará a todas las preguntas que le formulen los miembros del grupo y que conduzcan a identificar el problema.
- Establecimiento de una situación (conflicto):
 - La discusión del problema y las contestaciones dadas permitirán identificar el conflicto central;
 - Pueden estudiarse al mismo tiempo más de un conflicto.
- Distribución de papeles (protagonistas):
 - Los papeles deben ser desempeñados voluntariamente por los miembros del grupo que mejor puedan identificarse con los roles;
 - En alguna ocasión, varios miembros pueden desempeñar un mismo papel.
- Instrucciones y preparación de los actores y del auditorio:
 - A los actores se les conceden unos minutos para planificar el desarrollo de su actuación y para ponerse de acuerdo en la dirección que van a dar al problema;
 - Mientras se preparan, apartados del auditorio, el animador prepara al auditorio para que piense sobre posibles soluciones del conflicto;
 - Antes de iniciar la representación, los actores describen el escenario en el que localizan la acción y detallan claramente la identidad de su papel.
- Representación:
 - La acción puede durar desde unos pocos segundos hasta una media hora o más.
- Cortar la acción:
 - La acción se detiene siempre que un actor se sale del papel o queda bloqueado, cuando concluye un episodio o cuando el animador ve la oportunidad de estimular nuevas soluciones.

- Discusión y análisis de la situación:
 - Los actores y el auditorio discuten sus sentimientos, nuevos puntos de vista, nuevas hipótesis y posibles soluciones.
- Planes para nuevas comprobaciones de las ideas y practicar nuevas conductas:
 - Se identifican las posibles soluciones alternativas producidas por los actores y el auditorio, se evalúan y se decide sobre una ulterior comprobación.

4. CONCLUSIÓN

El objetivo del presente artículo era poner de manifiesto la importancia de la creatividad en el marco del aula. Además de las nociones básicas que sobre la creatividad y su estímulo podemos encontrar en los manuales al caso, de lo que hemos hecho un resumen significativo, he tratado de ofrecer aquellas técnicas que fomenten su estimulación en nuestros/as alumnos/as.

En conclusión, como docentes, de lo que debemos preocuparnos es de crear un clima de confianza con nuestros/as alumnos/as, para que estos sientan el aula como el marco donde desarrollar sus propias ideas y dónde expresarse libremente, y no como un lugar en el que su papel es el de mero espectador.

5. BIBLIOGRAFÍA

- AA.VV. (1980) Estrategias para una enseñanza creativa. Barcelona: Ed. Oikos-Tau;
- Beltrán, J. (1990). Psicología de la educación. Madrid: Eudema/Universidad de Manaces;
- Corrales, J. (1991). La gestión creativa. Madrid: Paraninfo;
- Marín Ibáñez, R. (1980). La creatividad. Madrid: Ed. CEAC;
- Ulman, G. (1972). Creatividad. Madrid: Rialp Ediciones.