



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 26 ENERO 2010

“El desarrollo de la creatividad”

AUTORÍA AMALIA MORENO GUERRERO
TEMÁTICA CREATIVIDAD
ETAPA EI, EP.

Resumen

Ante el avance vertiginoso de los cambios científicos y tecnológicos, con un campo ocupacional y profesional cada vez más amplio, la exigencia de continuas adaptaciones, y la necesidad de dar respuestas siempre nuevas a los problemas del presente y futuro, nos sumamos en la consecuencia de que cada vez es mayor la demanda de conductas creativas.

En una sociedad que tiende a la universalización, una actitud abierta, la capacidad para tomar iniciativas y la creatividad, son valores fundamentales para el desarrollo profesional y personal de los individuos y para el progreso y crecimiento de la sociedad en su conjunto. El espíritu emprendedor es necesario para hacer frente a la evolución de las demandas de empleo en el futuro.

Estos mismos valores, traducidos en las capacidades que la Educación Primaria habrá de promover, nos llevan a desarrollar el espíritu emprendedor, fomentando actitudes de confianza en uno mismo, sentido crítico, creatividad e iniciativa personal.

Más adelante y en relación a la Educación Secundaria, se nos plantea la necesidad de promover la creatividad, el dinamismo, la iniciativa, la capacidad innovadora, la actitud emprendedora.

Palabras clave

- Dinámica.
- Iniciativa.



ISSN 1988-6047

DEP. LEGAL: GR 2922/2007

Nº 26 ENERO 2010

- Innovación.
- Experiencias.
- Creatividad.
- Fomento.
- Interés.
- Actitud.
- Contexto.
- Escenario.
- Conocimientos.
- Experimentos.
- Progreso.
- Crecimiento.
- Desarrollo
- Sociedad.
- Emprendedor.

ÍNDICE

1. *Introducción.*
2. *¿Qué es la creatividad?*
3. *Creatividad y edades.*
4. *Trabajo en grupo y creatividad.*
5. *Características de un grupo creativo del “tipo ideal”.*
6. *Personalidad de los sujetos creativos.*
7. *Conclusión.*
8. *Bibliografía.*



ISSN 1988-6047

DEP. LEGAL: GR 2922/2007

Nº 26 ENERO 2010

1. INTRODUCCIÓN

En una sociedad que tiende a la universalización, una actitud abierta, la capacidad para tomar iniciativas y la creatividad, son valores fundamentales para el desarrollo profesional y personal de los individuos y para el progreso y crecimiento de la sociedad en su conjunto. El espíritu emprendedor es necesario para hacer frente a la evolución de las demandas de empleo en el futuro.

Estos mismos valores, traducidos en las capacidades que la Educación Primaria habrá de promover, nos llevan a desarrollar el espíritu emprendedor, fomentando actitudes de confianza en uno mismo, sentido crítico, creatividad e iniciativa personal.

Más adelante y en relación a la Educación Secundaria, se nos plantea la necesidad de promover la creatividad, el dinamismo, la iniciativa, la capacidad innovadora, la actitud emprendedora.

Recordemos, no obstante, que la creatividad es fundamentalmente ideología, no biología; es reflejo de ciertos valores sociales, no es cuestión de neuronas, ocurre y se fomenta si existe el ambiente adecuado.

2. ¿QUÉ ES LA CREATIVIDAD?

Etimológicamente “crear” es dar existencia a algo o producirlo de la nada, establecer relaciones hasta ahora no establecidas, con miras a determinados fines.

Pese a que la creatividad ha sido considerada como un tipo especial de inteligencia que contribuye a dar solución a determinados problemas de una manera singular, el caso es que se ha dado más importancia a la inteligencia que a la propia creatividad. La creatividad puede ser considerada como un proceso que vuelve a alguien sensible a los problemas, deficiencias, grietas o lagunas en los conocimientos, y lo lleva a identificar dificultades, buscar soluciones, hacer especulaciones o formular hipótesis, a probar y comprobar esas hipótesis, a modificarlas si es necesario y a comunicar los resultados.

También puede entenderse a la creatividad como una forma de solución de problemas, mediante intuiciones o una combinación de ideas de campos muy distintos de conocimiento; o como la capacidad de concebir ideas nuevas, explorar sus posibilidades y aplicarlas para solucionar problemas. En todas estas consideraciones aparecen una serie de aptitudes características de los individuos creadores, cuales serían: la fluidez, la flexibilidad, la originalidad y el pensamiento divergente.



ISSN 1988-6047

DEP. LEGAL: GR 2922/2007

Nº 26 ENERO 2010

El establecimiento de la idea de que un valor muy importante para la creatividad es la consideración de un descubrimiento y expresión de algo que es tanto una novedad para el individuo creador como realización en sí misma, nos permite valorar la gran importancia de esta manifestación humana para el desarrollo de los hombres y mujeres del mañana.

3. CREATIVIDAD Y EDADES.

La propia creatividad es consustancial al ser humano, aunque depende de múltiples circunstancias su correcto desarrollo. Cómo se expresa y desarrolla la creatividad a través de las edades es una cuestión de suma importancia para la atención a la misma, porque nos permite aplicar estrategias para que la misma no se pierda, antes bien se multiplique ilimitadamente.

No es que haya que admitir que la infancia sea una etapa creadora, sino los valores de la misma, como son la capacidad de recepción, el poder admirar, el instinto de juego, relaciones imprevistas, interminables “por qué”, etc.

Se dice que los niños son los investigadores natos, porque no tienen prejuicios (adultos). A la espontaneidad imaginativa del niño le siguen los condicionamientos, los aprendizajes, que facilitarán sus futuras creaciones, o los condicionarán para su total decadencia. Éste es el momento de las adaptaciones intelectuales, psicomotrices y afectivas, que prepararán las grandes adaptaciones creativas.

En la adolescencia las rebeliones toman un carácter agresivo y renuncian a la síntesis de diversas disciplinas. Los sujetos se repliegan sobre sí mismos, son egocéntricos por debilidad frente a un mundo amenazador.

La adolescencia no es creativa por sí misma, lo es por los valores que asume a costa de rebeliones.

El joven adulto se manifiesta fuertemente creativo. Es el gran momento de la creatividad; se deciden a la elección de una profesión efectiva, se fijan las grandes decisiones sentimentales. Todo esto, sin embargo, puede venir condicionado por múltiples patrones culturales, muchos de los cuales hacen inhibir de manera considerable el comportamiento creativo.

La madurez es una edad confortable y a la vez difícil, justo por el confort moral y la seguridad, en donde se asumen responsabilidades que se oponen al espíritu de aventura. Se desarrollan obligaciones



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 26 ENERO 2010

importantes, como la económica por ejemplo, que limitan un determinado contexto a la creatividad, aunque, por otro lado y para otros sujetos, éste es el verdadero contexto para la creatividad.

La vejez es creadora por la amplitud de perspectiva que abre la síntesis de la experiencia acumulada y de la libertad creadora, debido a que las limitaciones van diluyéndose o, tal vez, superándose.

Cada una de estas edades significa un momento más o menos decisivo para la creatividad, lo que implica un estado de alerta y un comportamiento decisivo en la creación de contextos y escenarios en donde la creatividad de las personas pueda desarrollarse sin obstáculos anómalos.

4. TRABAJO EN GRUPO Y CREATIVIDAD.

Regularmente la creatividad es una manifestación del sujeto individual.

La creatividad grupal parece ser una expresión contradictoria. Sin embargo, el trabajo en grupo es ventajoso para determinados tipos de labor. Trabajar en equipo y sumar creativities empieza a ser uno de los valores más importantes para el desarrollo mundial.

Para posibilitar la participación óptima de cada miembro del grupo deberían ejercitarse una serie de capacidades que no siempre se tienen en cuenta. Un breve recorrido nos lleva a la siguiente estimación:

- Personalidad, independencia y autonomía de acción de cada miembro del grupo.
- Espontaneidad: capacidad para trabajar en conjunto con escasos “bloqueos en la personalidad del alumno”.
- Capacidad de comunicación: capacidad de interpretar adecuadamente los estímulos verbales y no verbales y de articular de manera adecuada los propios estímulos verbales y no verbales.

En este terreno, se ha de aspirar a lograr grupos que junto a los conocimientos teóricos y metódicos en el campo de la creatividad, dispongan también de información y métodos correspondientes a la dinámica de grupos.



ISSN 1988-6047

DEP. LEGAL: GR 2922/2007

Nº 26 ENERO 2010

5. CARACTERÍSTICAS DE UN GRUPO CREATIVO DEL “TIPO IDEAL”

Objetivo: es necesario tener claro cuál es el objetivo que persigue el grupo. Hay que aclarar no sólo los objetivos grupales, sino también los individuales, es decir, la motivación de cada miembro del grupo. Sólo si las metas comunes y las individuales marchan en el mismo sentido, el trabajo del grupo será superior al promedio. Hay que tener en cuenta que sólo debe señalarse la dirección genérica, no se deben frenar los “saltos impetuosos” de los creativos, de lo contrario estaríamos frente a una segura inhibición de los sujetos creativos.

Dimensión del grupo: es palpable para muchos que la productividad disminuye a medida que aumenta su dimensión. Los conocimientos y experimentos con respecto a grupos creativos señalan como recomen dables una dimensión de cinco a siete personas. Un número menor de miembros implica una exigencia de trabajo mayor para el individuo y un número mayor inhibe la espontaneidad y lleva a la formación de subgrupos, si bien el número exacto depende del volumen de la tarea.

Heterogeneidad: los grupos creativos deberían ser heterogéneos con respecto a las características individuales (en personalidad) y sociales (las distintas condiciones culturales y los diversos rasgos propios de la actividad profesional). Ésta es una de las consideraciones más claras sobre el valor de la creatividad y el desarrollo democrático de las comunidades escolares.

El grupo de composición heterogénea dispone de mayor cantidad de información, sus miembros poseen diferentes maneras de pensar. Así mismo, debe haber una variedad en los intereses y aficiones de los miembros del grupo, variedad de sexos y diversidad de edades. Si bien, algo muy importante es que por encima de las diferencias, los participantes deben estar en condiciones de comprender a los otros.

Jerarquía: es la diferencia entre el estatus y los roles de los miembros del grupo. Se trata de estatus y roles dentro del grupo y no socialmente determinados, no podemos confundir esta variable.

Actividad: con esta categoría se alude al tiempo que se emplea y las fatigas que se unen al trabajo en un equipo creativo. Se suelen establecer sesiones de tres o cuatro horas (tiempo que puede variar mucho, dependiendo de los objetivos), en donde se combinan la formulación del problema, el hallazgo de ideas y la evaluación y la realización. La fatiga se refiere al esfuerzo.

Integración: es el grado de facilidad o dificultad que encuentra un grupo para aceptar un nuevo miembro. Un grupo creativo es un instrumento sensible, por lo que un miembro del grupo no debe ser sustituido sin más por otro. El grupo debe conservar la flexibilidad.

Autonomía: es la independencia del grupo respecto de los contactos externos como la red de relaciones internas. Lo que se desarrolla en un grupo durante un proceso creativo de solución de problemas no debe interesar a los extraños, en este sentido se ha comprobado que las contribuciones



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 26 ENERO 2010

de los miembros de menor jerarquía tienen escasa influencia sobre las ideas propuestas en definitiva por el grupo.

Para la asignación de roles en el grupo son decisivos el objetivo y la finalidad. Hay que distinguir entre roles de trabajo -tareas- (iniciativa y actividad, buscar información, averiguar información, dar información, opinar, elaborar, coordinar, sintetizar) y roles de mantenimiento y organización (alentar, mantener límites, establecer reglas, obedecer, expresar los sentimientos del grupo, valorar, diagnosticar, examinar la conformidad, mediar, reducir tensiones). Al mismo tiempo, ha de existir satisfacción de cada miembro en el rol aceptado.

Normas: se trata, en parte, de normas que regulan el comportamiento de los miembros del grupo en determinadas situaciones. El campo de los posibles modos de comportarse se mantiene abierto, lo que plantea especiales exigencias a los miembros del grupo, que deben contar con una amplia tolerancia. Las normas válidas en el grupo creativo son siempre un marco orientador, nunca restrictivo.

Flexibilidad: es la regulación de las actividades del grupo mediante métodos formales o informales. Los miembros del grupo están en condiciones para decidir por sí mismos el método según el cual quieren proceder con respecto a un problema concreto. Es por lo que el método debe tener una función de vehículo, siendo una herramienta y un medio auxiliar, nunca un artificio restrictivo.

Confianza: también denominada “seguridad psicológica” y “libertad psicológica”. Según la seguridad psicológica, el individuo debe ser aceptado en su originalidad y se le debe dar la posibilidad de actuar espontáneamente.

Y por la libertad psicológica, al individuo se le posibilita una perfecta libertad de expresión simbólica. Esta actitud tolerante concede al individuo libertad para pensar, sentir y ser lo que desee, en definitiva, le permite experimentar espontáneamente. Estas condiciones hacen posible la confianza en sí mismo, ante los otros, en los otros y en el grupo.

6. PERSONALIDAD DE LOS SUJETOS CREATIVOS.

Se muestra de gran interés abordar este apartado por las múltiples pistas que proporciona en el descubrimiento de posibles sujetos creativos. Así, tenemos que los sujetos creativos son:



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 26 ENERO 2010

- 🖥️ Inteligentes y, con frecuencia, más inteligentes que los no creativos.
- 🖥️ Su motivación para resolver los problemas en el campo de su competencia es más bien intrínseca que extrínseca.
- 🖥️ Tienen seguridad y confianza en sí mismos; no les preocupa la impresión que causan en los otros ni la opinión que los demás tienen de ellos.
- 🖥️ Poseen cualidades para el éxito social; son equilibrados, espontáneos y confiados en sus relaciones sociales.
- 🖥️ No son conformistas, aunque tampoco son deliberadamente inconformistas.
- 🖥️ Son auténticamente independientes.
- 🖥️ Tienen una preferencia marcada por la percepción intuitiva.
- 🖥️ Se sienten inclinados hacia lo complejo y asimétrico, tanto más cuanto más creativos son.
- 🖥️ Aproximadamente dos tercios de los sujetos creativos son introvertidos, aunque no hay evidencia de que los introvertidos sean más creativos que los extravertidos.

7. CONCLUSIÓN.

Es notorio que admitiendo valores tan importantes, el desarrollo de la creatividad no haya sido una prioridad en muchos países en el desenvolvimiento de sus respectivas reformas educativas, o cuando ha sido considerado un elemento fundamental ha chocado con lo que Ricardo Marín admitía tristemente: “La creatividad muere en el aula”.

Es papel primordial e indispensable que la comunidad educativa se ponga manos a la obra para tratar un tema tan importante como es el de la creatividad.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 26 ENERO 2010

8. BIBLIOGRAFÍA

- Bautista Vallejo, J.M. (1998): «*Atención a los sujetos creativos*». *Comunidad Educativa*. Madrid: Alianza.
- Marín Ibáñez, R. (1981): *Creatividad y educación*. Madrid: M.E.C.

Autoría

- Nombre y Apellidos: Amalia Moreno Guerrero.
- Centro, localidad, provincia: C.E.I.P. "VIRGEN DE LORETO" Guadahortuna (Granada)
- E-mail: amalia17_7@msn.com