

EL CULTIVO DE LA CREATIVIDAD EN EL ESPACIO GLOBALIZADO

THE CULTIVATION OF CREATIVITY IN THE GLOBALIZED SPACE

JOELLE ORTEGA PÉREZ*

RESUMEN

El presente trabajo es parte de las investigaciones realizadas en el campo de la antropología de la creatividad, hasta ahora un área inédita en México. En el texto se analizan y exponen las diferentes estrategias en materia de política educativa argumentadas en la investigación y diagnóstico referente al cultivo, planeación y desarrollo de la creatividad en los países integrados por la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE); dichas políticas, motivadas principalmente por las actuales crisis económicas neoliberales.

* Tiene estudios en música, informática y antropología social por el Conservatorio del Estado, el Instituto Tecnológico y la BUAP. Es maestro en Desarrollo y Planeación de la Educación por la Universidad Autónoma Metropolitana (Xochimilco).

PALABRAS CLAVE: *creatividad, políticas educativas.*

ABSTRACT

This work is part of research in the field of anthropology of creativity, until now unprecedented in Mexico. The text is analyzed and discussed different strategies for Educational Policy—argued in research and diagnostic-reference to the culture, planning and development of creativity, promoted by the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD); such policy, primarily motivated by the current neoliberal economic crisis.

Key words: *Creativity, Educational Policy.*

Comprendo el concepto de *cultura de la creatividad* como la manera en que una sociedad, cultiva, transmite y reproduce—consciente y deliberadamente— a la creatividad como un valor indispensable para su propia supervivencia, por medio de una relación dialéctica entre: la creación reflexiva de nuevos mecanismos científico-legales (políticas con conocimiento de causa); y la aplicación flexible, abierta, sensible y activa, en la vida cotidiana de este mismo valor o creatividad.

JOP

Tradicionalmente la teoría de la creatividad ha sido saturada por el campo de la psicología, en esta disciplina existen una infinidad y diversidad de estudios que la definen, analizan y desmenuzan, sin embargo, solo se

ha contemplado la parte interna, el proceso mental y han dejado mayormente a un lado los procesos y variables externas que afectan el proceso creativo, como las relaciones sociales, los valores culturales que de ella emanan, y sobre todo, las condiciones materiales de la existencia, como la economía, el acceso pleno a la educación y a la libertad. De la misma manera, la falta de reconocimiento del fenómeno creativo por la ausencia de teorías que lo definan e identifiquen, principalmente dentro de los espacios educativos. Es por ello, que no resultaría extraño que la enseñanza desaliente y discrimine las acciones creativas si no se tiene una claridad conceptual que permita revelarlas. Por lo tanto, nos preguntamos, en qué medida los sistemas educativos han tomado las medidas necesarias y suficientes para resolver este tipo de situación que afecta indiscutiblemente todos los campos, sobre todo en el arte, las humanidades, la ciencia y la tecnología.

Para el marxismo, la educación es en sí, una *teoría general de la creatividad*, que estimula las fuerzas creativas, la emancipación, la autonomía, los valores, el sentido de la vida y la dignidad. Asimismo, una educación para la creatividad debe estimular la lucha, el riesgo, la conciencia crítica, los pensamientos alternativos que permitan planear de forma diferente y dinámica un amplio horizonte de posibilidades. Pensamos que la creatividad, no es solo la capacidad de identificar, proponer o resolver problemas, sino buscar en una amplia gama de posibilidades la mejor alternativa, con profundo valor humano. En este sentido, las posibilidades son todo aquello que podemos planear como más racional y efectivo, más valioso para la existencia. Una posibilidad no es real, pero podría llegar a

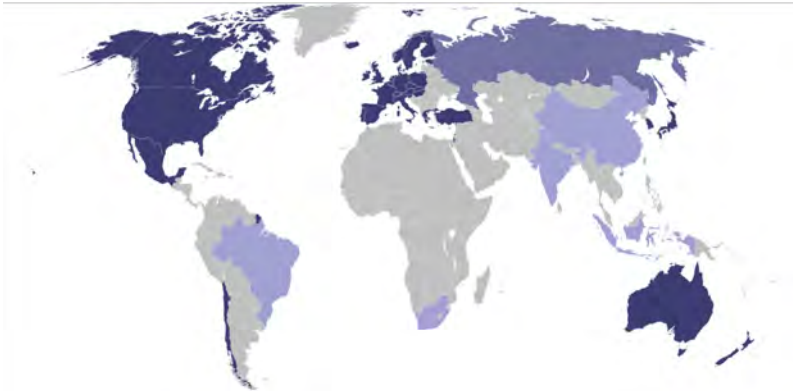
serlo gracias a nuestro esfuerzo. Es así como la planeación de la posibilidad se convierte en utopía y la utopía en creatividad del aquí y del ahora. Asimismo, la creatividad para el marxismo no es exclusiva de individuos brillantes o genios, sino también producto del trabajo y de la vida cotidiana de la gente, donde se difuminan los límites entre productores y consumidores de productos creativos; donde se sustituye la actitud pasiva por una creativa; donde la política pública apunta hacia iniciativas creativas de participación individual y colectiva, de profunda madurez a través de la libertad de expresión. Introducir el elemento creativo dentro de la vida, la cambia inevitablemente, al deshacerse de las tradiciones aceptadas, erigiéndose hacia la innovación. La creatividad apunta hacia la posibilidad de recrear y de reinterpretar nuestra vida de una forma diferente, a comenzar de nuevo una y otra vez, a romper con las formas estandarizadas de la rutina, a reorientar la elección de los valores de la vida.

Desde el punto de vista capitalista, tendríamos dos concepciones de educación muy diferentes: una que apunta hacia la conservación del estado de las cosas (*status quo*); y otra hacia la praxis: reflexión y acción sobre el mundo para su transformación. La primera se dirige a inhibir las capacidades creativas y la otra toma a la creatividad como el eje central del movimiento educativo. Para el capitalismo, la educación debe estar orientada hacia una actitud consumista que enseñe a la gente a organizar el conjunto de su existencia de acuerdo a lo esperado y al cumplimiento de lo deseado; debe estar orientada hacia la organización de la producción y las demandas de la industria, es decir, pedirá a la educación buenas habilidades más

que creatividad; la creatividad para ellos —en un contexto de masas, globalización y consumo—, es más problemática que deseable, porque simplemente la creatividad produce inadaptación e inconformidad. Por lo tanto, la filosofía capitalista —llamada actualmente neoliberalismo que busca reducir al Estado productor-benefactor, solo como un regulador del mercado y al servicio de las iniciativas privadas—, ha intentado debilitar y destruir la creatividad humana (o al menos aquella que no sirva para la acumulación de capital) al instaurar e imponer un tipo de pensamiento único, mercantilizando y condicionando las maneras de pensar, donde solo se legitiman las estructuras de poder dominantes, negando virtualmente la posibilidad de cambio.

Desde el 2008 la mayor parte del mundo y principalmente los grandes países capitalistas entre ellos México como mercado emergente de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), enfrentan una crisis económica y financiera llamada la “Gran Recesión”. El 2015 representa ya el octavo año de los efectos perversos de dicha crisis, como el desempleo juvenil, las bajas finanzas públicas, la pobreza y la desigualdad que sigue en aumento-; incluso las economías emergentes como Brasil, China y Rusia están perdiendo fuerza.

Para enfrentar dicha crisis, los gobiernos neoliberales han decidido buscar nuevos motores que promuevan el crecimiento y desarrollo económicos.



Ante tal circunstancia que enfrenta la OCDE, se ha tomado como alternativa y estrategia urgente a la *creatividad* como posible panacea a dichos problemas; y se les ha pedido a diferentes expertos e intelectuales, analizar la problemática desde el punto de vista cultural y educativo, así como el de producir discursos que vinculen a la creatividad con las políticas públicas (Schlesinger, 2008). Desde este marco de circunstancias, la creatividad nunca había tenido un papel tan importante para la sociedad –según ellos-. Un caso que refleja esta realidad es el de la Unión Europea (EU) que designó el 2009 como el “Año de la Creatividad y la Innovación” (ACI). Desde esa fecha se ha intentado debatir sobre qué debe hacerse para aumentar el potencial creativo e innovador, cómo sensibilizar a la población sobre la importancia de la creatividad y la innovación como motores clave del crecimiento personal, social y económico. De la misma manera, se plantearon las preguntas de cómo definir las palabras clave: *creatividad, innovación, cultura* (y cómo se interrelacionan entre sí y qué entendemos de ellas); cómo puede la cultura y el pensamiento creativo impulsar la innovación; cómo podemos ayudar a la gente a desarrollar su potencial para convertirse en pensadores creativos e innovadores; cuál es el

papel de la educación y el aprendizaje permanente para hacer a nuestras poblaciones más dinámicas, segura de sí mismas y creativas (Hübner, 2009).

Algunas respuestas a estas preguntas inician en considerar que la creatividad es la máxima fuente de innovación, es decir, la creatividad como causa y la innovación como efecto. Estos dos elementos activos, son los factores determinantes del cambio sociocultural, así como los trampolines para el crecimiento y el bienestar de las poblaciones, basadas en el respeto a la diversidad cultural, que es en sí misma una fuente de creatividad e innovación (Figel, 2004). Otras consideraciones y tácticas importantes para la solución de los problemas planteados del ACI fueron implicar al sistema escolar y sus instituciones como potenciadores de productos creativos materiales e intelectuales. De igual forma, tomar a la cultura como una variable importante del desarrollo económico, que impulsa el surgimiento de nodos o redes creativas y el desarrollo local a través del consumo cultural artístico. En este sentido, les parece importante introducir a artistas en los espacios de la empresa y la industria para favorecer un

cambio de perspectiva sobre el mismo trabajo y su relación con la vida, aumentando así la *productividad* y disminuyendo el estrés.¹ De esta manera, la llamada transformación de la *política de innovación*² europea implicaría la participación de muchos actores: universidades, investigadores, autoridades públicas y empresas; así como el de crear una política de cohesión y cooperación entre las regiones,³ tratando de mantener un equilibrio entre las tradiciones y las innovaciones, permitiendo el diálogo intercultural e intergeneracional, y mejorando la integración en las sociedades multiculturales.⁴

Los objetivos del fomento de la creatividad y la innovación en la EU apuntan a que las nuevas ideas deben resolver los problemas

1. AIRIS es un programa de un año de duración gestionado por la empresa sueca TILLT, en el que un artista pasa los dos primeros meses investigando, trabajando junto con los empleados, observando el lugar de trabajo y haciendo preguntas, para posteriormente elaborar tareas que ayuden a lograr los objetivos de la organización. El programa tiene como objetivo aprovechar el modo de pensar propio de determinado artista, y lo “liberan” en el lugar de trabajo, convirtiéndose así en catalizador del cambio (Panorama, 2009: 14).

2. En la década de 1970 se centraba en la investigación y el desarrollo, y en la década de 1980 en la transferencia del conocimiento, en la década de 1990 se reconoció que la innovación no en un proceso lineal (investigación, desarrollo y explotación), sino el producto de un sistema más complejo y diverso. En: Panorama, 2009:4

3. Se adopta la idea de fomentar clústeres – conjuntos o conglomerados de computadoras construidos mediante la utilización de hardware comunes y que se comportan como si fuesen una única computadora, término aplicado a la empresa- o agrupaciones de actividad para aprovechar al máximo el potencial -la unión hace la fuerza (Panorama, 2009: 4)

4. *Ibid.*, 5

más urgentes como: la generación de nuevas oportunidades laborales, la inmigración, la escasez de recursos naturales, la pobreza, el cambio climático y la sustitución de viejas fuentes de energía por otras seguras y sostenibles; además dar impulso creativo a la economía, la industria y sector públicos; así como de la innovación política, profesional y personal.⁵ De esta manera, la creatividad y la innovación nunca habían sido temas tan importantes dentro de las políticas gubernamentales. Como diría Törsäter (2009) “una mente creativa está siempre abierta al cambio, y un cambio es precisamente lo que estamos viviendo ahora”.⁶

Entre las acciones más importantes que generó el movimiento del ACI fue el de modificar las *políticas educativas* con respecto al tema de la creatividad y la innovación, por ejemplo, estas importantes transformaciones en la planeación educativa, —comunicada en los Diarios Oficiales de la Unión Europea⁷— fueron que se debía “reforzar sus capacidades de creatividad e innovación por razones sociales y económicas, a fin de hacer frente eficazmente al desarrollo de la sociedad de la información; la capacidad de innovación está estrechamente relacionada con la creatividad como característica personal y, para que pueda aprovecharse a fondo, debe tener una amplia difusión entre la población. Esto

5. *Ibid.*, 5-7

6. Dice Bertil Törsäter, director de desarrollo regional de la región West Götaland (Panorama, 2009:15).

7. Conclusiones No. 2008/C141/10 Sobre el fomento de la creatividad y la innovación en la educación y la formación. Y Decisión No. 1350/2008/CE del Parlamento Europeo de 16 de diciembre de 2008. Relativa al Año Europeo de la Creatividad y la innovación 2009.

requiere un enfoque basado en el *aprendizaje permanente*.⁸ También se planteó que “los sistemas de educación y formación deben facilitar, a todos los niveles adecuados, el desarrollo de las *competencias* clave para apoyar la creatividad y la innovación, con vistas a encontrar soluciones originales e innovadoras en los ámbitos personal, laboral y social”.⁹ La creatividad –dicen los diarios– es la fuente primordial de la innovación, la cual es reconocida a su vez como principal elemento impulsor del crecimiento y la creación de riqueza, ya que es clave para realizar mejoras en el ámbito social y constituye un instrumento esencial a la hora de hacer frente a retos mundiales. Más allá de lograr la adquisición de *competencias clave* (pensamiento crítico, creatividad, capacidad de iniciativa, resolución de problemas, evaluación del riesgo, toma de decisiones y la gestión constructiva de los sentimientos) y la conformación sólida del *triángulo del conocimiento* (educación-investigación-innovación), los sistemas educativos deben desempeñar un papel fundamental en el desarrollo de las capacidades creativas e innovadoras, así como desarrollar conocimientos y actitudes específicas junto con capacidades genéricas relacionadas con la creatividad, como la curiosidad, la intuición, el pensamiento crítico y lateral, la solución de problemas, la experimentación, la toma de riesgos y la capacidad de aprender el fracaso, el uso de la imaginación y del razonamiento hipotético; todo ello para asimilar los cambios, ser receptivos a las nuevas ideas, respetar y apreciar los valores ajenos.¹⁰

8. Se entiende el aprendizaje permanente desde la edad preescolar hasta más allá de la jubilación. En *Ibid.*

9. *Ibid.*

10. Conclusiones (2008/C 141/10) del Con-

La diversidad y los entornos multiculturales, las redes donde participan ahora las escuelas y las comunidades, las asociaciones entre lo educativo, lo laboral y la sociedad, así como los proyectos conjuntos fomentan la creación de políticas educativas integradoras y el entendimiento mutuo entre los distintos actores y ciudadanos, en pocas palabras factores estimulantes de creatividad. De la misma manera, en el interior de las escuelas, los profesores tienen un papel determinante en el desempeño del potencial creativo porque de ellos depende la alimentación y el respaldo del mismo, en la medida que tengamos maestros creativos, en esa medida tendremos alumnos creativos. En este sentido, los enfoques educativos deberán ser orientados en el *aprendizaje personalizado*, es decir, adaptados a las necesidades y capacidades diferenciadas de los estudiantes, dicha conciencia de la diversidad de habilidades, permitirá el desarrollo de la creatividad en el marco de la motivación y la confianza personal.¹¹

Por lo tanto, dicen las nuevas políticas europeas, los centros de formación del profesorado deben contribuir en el desarrollo de los conocimientos y *competencias* que exige el cambio, con métodos de trabajo y recursos educativos abiertos en colaboración con las tecnologías de la información y la comunicación; fomentando actitudes de apoyo hacia una cultura organizativa libre a la creatividad, comprometida y con visión de futuro. También se deben tomar en cuenta –dicen nuevamente los diarios– que el aprendizaje

sejo y de los representantes de los estados miembros reunidos en el seno del Consejo, de 22 de mayo de 2008, sobre el fomento de la creatividad y la innovación en la educación y la formación.

11. *Ibid.*

se produce en contextos no formales y en el tiempo libre (por ejemplo, las redes sociales) por ello es necesario:

[...] una mayor investigación, respaldada por la puesta en común de datos, sobre los métodos para determinar, definir, evaluar y registrar los resultados del aprendizaje en competencias sociales transversales como la creatividad y la capacidad de innovación. Igualmente es ineludible ofrecer a los responsables de la política educativa una base factual más sólida para el fomento de las capacidades creativas e innovadoras a lo largo de todo el aprendizaje permanente.¹²

Asimismo los representantes de los estados miembros de la UE convocan a estudiar las posibilidades de potenciar mayores resultados conjuntos entre los conocimientos, las aptitudes y la creatividad, así como la manera de *fomentar, supervisar y evaluar* la creatividad así como la capacidad de innovación, en todos los niveles de la educación y formación. De igual forma, el profesorado se considere asimismo como facilitador del aprendizaje y propiciadores de la creatividad en comunidades de aprendizaje, utilizando el uso adecuado de programas e instrumentos que apoyen y promuevan la capacidad creativa en todas las fases del aprendizaje permanente. Por último, estas políticas educativas invitan a:

“apoyar la investigación teórica de la creatividad, el intercambio de datos entre los centros de investigación locales e internacionales sobre el fomento y el desarrollo de las capacidades creativas e innovadoras, así como un plan de cooperación para elevar el nivel de los conocimientos acerca del tema mediante la educación y la formación en el contexto más

12. *Idem*.

abarcar de una política de innovación de amplia base para la UE”.¹³

En ese mismo año se redactaron dos documentos importantes, el primero fue el manifiesto por parte de los “Embajadores europeos de la Creatividad y la Innovación” (2009) entre ellos Ken Robinson, Edward de Bono, Richard Florida, Rita Levi-Montalcini, Ferran Adrià, principalmente, donde estipulan que es necesario lo siguiente:

1. Cultivar la creatividad en un proceso de aprendizaje permanente en el que teoría y práctica se desarrollen paralelamente.
2. Convertir las escuelas y las universidades en lugares donde estudiantes y profesores se comprometan en el pensamiento creativo y el aprendizaje por medio de la práctica.
3. Transformar los lugares de trabajo en centros de aprendizaje.
4. Fomentar un sector cultural sólido, independiente y diverso capaz de respaldar el diálogo intercultural.
5. Promover la investigación científica para comprender el mundo, mejorar la vida de las personas y estimular la innovación.
6. Fomentar procesos, pensamientos e instrumentos creativos, que tengan en cuenta las necesidades, emociones, aspiraciones o habilidades de los usuarios.
7. Apoyar una innovación empresarial que contribuya a la prosperidad y la sostenibilidad.

El segundo documento fue el libro *Measuring Creativity* (2009) resultado de la conferencia internacional *Can creativity be measured?* organizada por la UE donde participaron M. A. Runco, Francois Taddei y Mihaly Csik-zetnmihalyi—entre otros participantes más—. El texto ofrece una perspectiva general de las

13. *Ibid*.

diferentes maneras de medir la creatividad en niveles nacionales, regionales e individuales. El documento menciona que “medir la creatividad puede ser un instrumento para el diseño de las políticas que impacten sobre el fomento de la creatividad dado que se ha demostrado que la creatividad es el núcleo, fuente y madre de cualquier innovación, pero la creatividad es un constructo complejo y requiere ser estudiado apropiadamente si nosotros queremos desarrollar e implementar políticas efectivas”. Para instaurar dichas políticas es necesario establecer una forma científica de cómo puede ser esta medida en relación con diferentes vértices del triángulo del conocimiento (educación-investigación-innovación), es decir, cómo la creatividad es el cimiento de la innovación, cómo la creatividad es usada en el proceso de investigación y cómo la creatividad está relacionada con la habilidad de ser enseñada y promovida en nuestros sistemas educativos. Para responder estas preguntas –dice R. Schenkel– es necesario comprender la complejidad del fenómeno, y su vínculo con el diseño de metodologías para su medición estadística que permita el monitoreo y progreso de esas mismas políticas de fomento y aprendizaje de la creatividad (2009: xiv). Para esta inminente relación (investigación/políticas para la creatividad), es indispensable contar con el apoyo de diferentes expertos investigadores y sus iniciativas –sobre todo (pensamos) antropólogos-. J. Currell menciona que necesitamos asegurar que los sistemas educativos desarrollen creatividad, así como establecer indicadores para su valoración y al mismo tiempo innovar en las reformas del sistema educativo (Gotor, 2009).

Paralelamente a estos documentos, aparece un tercero que evidencia el apoyo de los

intelectuales en la promoción de una cultura de la creatividad en la educación: *Training creative and collaborative knowledge-builders: a major challenge for 21st century education* de François Taddei (2009) como marco de referencia y ayuda académica educativa para la *Estrategia de Innovación de la OCDE*.¹⁴ El documento para la formación creativa de Taddei expresa que solo los países implementen políticas para reformar su educación para promover la adaptabilidad y creatividad en adultos y niños estarán capacitados para mantenerse en la vanguardia del desarrollo humano y tecnológico (Taddei, 2009). Así como formar para que los niños lleguen a ser creativos y cooperativos, constructores de conocimiento, capaces de actualizarse y usar productivamente esos conocimientos (Taddei, 2009). El texto da 10 recomendaciones claves para promover la creatividad en la educación:

1. Recomendaciones generales. “Tú no puedes hacerlo, nunca se ha hecho”. Esta oración puede sofocar cualquier esfuerzo creativo desde el primer momento. Muy a menudo dirigido a estudiantes, profesores o líderes quienes desean promover un cambio. En una sociedad del futuro, cada símbolo de conservadurismo no debería ser el argumento para decidir el valor de un proyecto.
2. Recomendaciones para estudiantes. Cada estudiante repetidamente dice después de diagnosticar lo que ha hecho: “las más grandes barreras estaban en mi cabeza, la autocensura es el peor enemigo”. Una vez que los estudiantes se atreven a ser creativos y a tomar la iniciativa, ellos trabajan duro y en ocasiones luchan con el conservadurismo, al perseguir sus ideas y encontrar lo que Ken Robinson llama “su elemento”.

14. Para saber más ver: http://icono.fecyt.es/politicas/Paginas/estrategia_innovacion.aspx

3. Recomendaciones para los padres. Construir un ambiente nutrido de creatividad en el cual sus hijos puedan construirla y creer en su potencial. Ayudarlos a encontrar escuelas donde ellos puedan florecer y prepararse para un futuro en el cual muchas cosas habrán cambiado.

4. Recomendaciones para los maestros. Estar dispuestos para cuando los estudiantes necesiten retroalimentarse de sus ideas. Crear cursos en los cuales ellos puedan desarrollar sus propios proyectos crear redes con colegas quienes han revisado similares pedagogías, sin tener en cuenta sus disciplinas.

5. Recomendaciones para las escuelas y directores. Fomentar la creatividad en los maestros y estudiantes, y proveerles los medios en términos de tiempo, de ayuda administrativa, y espacio para desarrollar programas creativos en los cuales los estudiantes puedan trabajar en proyectos individuales como colectivos. Si estos programas no pueden estar abiertos a todos inicialmente, se debe tomar la iniciativa de motivar a los estudiantes e interactuar con otros estudiantes y maestros creativos.

6. Recomendaciones para universidades. Fomentar aproximaciones interdisciplinarias y la creación de programas académicos que permitan a los estudiantes emprender proyectos y desarrollar su creatividad. Crear espacios creativos dedicados a desarrollar los proyectos de los estudiantes las 24 horas del día, los siete días de la semana, y los 365 días del año. Estos espacios deberán ser organizados como incubadoras de ideas y talentos creativos.

7. Recomendaciones para fundaciones. Las fundaciones son cuerpos flexibles de financiamiento y a menudo las más creativas y reactivas. De esta manera, ellas pueden ser las más rápidas para financiar programas emergentes creativos y apoyarlos en sus primeros estados de creación, de la misma manera apoyan a empresas capitalistas emergentes y de nueva

creación. Ellas podrían incluso ir un paso más allá y ayudar a crear incubadoras que hospeden proyectos creativos.

8. Recomendaciones para los gobiernos. Asegurarse de que tu país es uno de los más atractivos para los talentos creativos. Fomentar una cultura de la creatividad por medio de la organización de un debate nacional sobre el tema. Patrocinar publicaciones y traducciones de libros y programas de televisión dedicados a la creatividad. Crear programas nacionales para fomentar la creatividad en educación. Organizar redes nacionales interdisciplinarias de currículos creativos y asegurar financiamiento permanente.

9. Recomendaciones para la OCDE. Comparar las culturas de la creatividad nacionales y los programas diseñados para fomentar la creatividad, intentando correlacionarlas con otros indicadores disponibles en varios países. Promover debates internacionales sobre las mejores maneras de fomentar la creatividad.

10. Recomendaciones para las comunidades creativas constructoras de conocimiento. Desarrollar sitios en la web, abrir fuentes de herramientas, y dedicar lugares para promover el almacenamiento, intercambio y creación de ideas entre creativos y cooperativos constructores de conocimiento o “knowledge-builders”, para facilitar tanto los encuentros en línea y como en el mundo real, idealmente en lugares creativos dedicados a tal intercambio. En el sentido de maximizar su impacto, cada sitio web deberá estar disponible para todas las mentes creativas y ser parte de los recursos educativos abiertos.¹⁵

15. *Ibid.*, 4.

El más reciente documento que la OCDE ha publicado es “*Progression in Student Creativity in School: First Steps Towards New Forms of Formative Assessments*”, por Bill Lucas, Guy Claxton y Ellen Spencer (2013) por la Estrategia de Innovación para la Educación y Formación del Centro para la Investigación e Innovación Educativa (CERI), como resultado de un proyecto de investigación en colaboración y encargado por la organización sin fines de lucro “Creatividad, Cultura y la Educación” (CCE). El documento menciona que la creatividad está ampliamente aceptada como un resultado importante del proceso enseñanza-aprendizaje. Sin embargo, hay muchos puntos de vista diferentes acerca de lo que es y lo mejor que se puede hacer es cultivarla en los jóvenes y sobre la forma en que deben ser evaluados. En muchos programas nacionales, la creatividad solo se reconoce implícita y rara vez se describe y se define con claridad. El trabajo ofrece una definición de la creatividad desde cinco dimensiones que ha sido planteada por Lucas, Claxton y Spencer en dos ensayos sobre el trabajo de campo en las escuelas de Inglaterra. El documento sugiere una base teórica para la evaluación del grado de especificidad de la creatividad, junto con una serie de sugerencias prácticas sobre cómo la creatividad puede ser desarrollada y darle seguimiento en las escuelas. En dicho texto se identifican dos claros beneficios de la evaluación de la creatividad:

1. Que los maestros son los principales responsables del desarrollo de la creatividad de los jóvenes; y
2. Que los alumnos son la mejor posibilidad para comprender lo que es ser creativo (y utilizar este entendimiento como evidencia de su curso, desarrollo y cultivo).

Los resultados que arroja la investigación, parecen ser la mayor prueba para demostrar toda la gama de sus disposiciones creativas en una amplia variedad de contextos (OCDE, 2013).

Conclusiones

Parece ser que la OCDE se ha dado cuenta del potencial y de la importancia del cultivo de la creatividad, y principalmente, del desarrollo teórico probablemente aplicado de la misma en la educación para la transformación, sin embargo, habría que dilucidar qué tipo de pretensiones tiene la organización, es decir, la creatividad para el desarrollo del capital o para la emancipación como tal —en su significado más profundo—, para crear no solo soluciones a ciertos problemas concretos que impida la acumulación de excedente, sino como un tipo de *liberación humana* o como diría Suchodolski (1985) la educación como teoría general de la creatividad debidamente orientada a concentrar y desarrollar el *impulso del corazón*, como fundamento de la *dignidad humana* construyendo un mundo de todos, a través de la participación y lucha, en un sentido práctico-dinámico y esencialmente diferente, nuevo, utópico. Para prevenir que la educación permanente —actualmente neoliberal— sirva los propósitos de explotación laboral, cuyas mejores calificaciones son importantes para un mayor beneficio de la producción y no para la mejor autorrealización de la población en el trabajo y evitar que la educación tradicionalmente establecida se convierta en un programa anticreativo de adoctrinamiento, de hombres obedientes,

pasivos, cautivos, un programa que refuerce la opresión y la imposición (OCDE, 2013)

Desde esta perspectiva, el cultivo de la creatividad podría tener posiblemente un doble sentido, uno biófilo (crítico-político) y uno necrófilo (subordinado al dinero) y alerta a los científicos sobre la utilización de los resultados de sus investigaciones —sobre todo los cuantitativos— e implica subrayar deliberadamente un constante *por qué y para qué*.

Referencias

- Barroso, J. (2009). *President Barroso's message to the conference 'Can creativity be measured?* En Villalba, E. (2009). *Measuring creativity*. Brussels: European Union.
- Conclusiones (2008/C 141/10). Consejo y de los representantes de los estados miembros reunidos en el seno del Consejo, sobre el fomento de la creatividad y la innovación en la educación y la formación. Diario Oficial de la Unión Europea. Unión Europea. 22 de mayo de 2008.
- Currell, J. (2009). *Introductory speech*. En Villalba, E. (2009). *Measuring creativity*. Brussels: European Union.
- Díaz-Polanco, H. (2007). *Elogio de la diversidad* (2ª. Ed). Mexico: Siglo XXI.
- Embajadores europeos de la Creatividad y la Innovación. Manifiesto. (2009) Recuperado de: <http://www.create2009.europa.eu/fileadmin/Content/Downloads/PDF/Manifiesto/manifiesto.es.pdf>
- Figel, J. (2009) *Las regiones, actrices del cambio económico*. En Hübner, D. (2009) *Creatividad e Innovación: motor de competitividad en las regiones* (Editorial). Revista Panorama, No. 29, Política regional. Unión Europea.
- Gambrill, M. (2008) *Causas y remedios de la crisis financiera*. Revista Norteamérica UNAM-CIAM. Vol. 3, núm. 2, julio-diciembre, 2008, 195-204
- Gurría, A. (2012). *México: Mejores políticas para un desarrollo incluyente* (Prólogo). México: OCDE.

- Hübner, D. (2009) *Creatividad e Innovación: motor de competitividad en las regiones* (Editorial). Revista Panorama, No. 29, Política regional. Unión Europea.
- Lucas, B., G. Claxton and E. Spencer (2013), *Progression in Student Creativity in School: First Steps Towards New Forms of Formative Assessments*. OECD Education Working Papers, No. 86, OECD Publishing.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2015). https://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_para_la_Cooperaci%C3%B3n_y_el_Desarrollo_Econ%C3%B3micos#/media/File:OECD.svg
- OECD (2013) *Education Working Paper*. No. 86. 10-Jan-2013
- Ortega, J. (2013) *Cultura de la creatividad: un diagnóstico inicial sobre las condiciones culturales de la creatividad en la educación*. Mexico: UAM-X.
- Schenkel, R. *Opening speech from the Director-General of Joint Research Centre*. En Villalba, E. (2009). *Measuring creativity*. Brussels: European Union.
- Schlesinger, P. (2008) *La creatividad como inspiradora de políticas públicas*. University of Glasgow: Centre for Cultural Policy Research.
- Suchodolski, B. (1985). *Educación permanente y creatividad*. UNESCO.
- Taddei, F. (2009) *Training creative and collaborative knowledge-buiders: a major challenge for 21st century education*. France: Centre de Recherches Interdisciplinaires.
- Villalba, E. (2009). *Measuring creativity*. Brussels: European Union.