



¿CÓMO DESARROLLAR EL PENSAMIENTO CREATIVO DE MIS ESTUDIANTES?

¿CUÁLES SON LAS
NECESIDADES DE LA
SOCIEDAD ACTUAL?



¿CÓMO PUEDE APORTAR LA
CREATIVIDAD EN LA INSERCIÓN
PROFESIONAL?

VEAMOS...

LA SOCIEDAD DEL SIGLO XXI SE CARACTERIZA POR:

Un nuevo factor productivo, basado en el conocimiento y en el manejo adecuado de la información. (Beneitone, Esquetini, González, Maletá, Siufi & Wagenaar, 2007)

La acelerada producción de nuevos avances científicos y la gran competitividad entre las empresas. (Bozu & Canto, 2009)

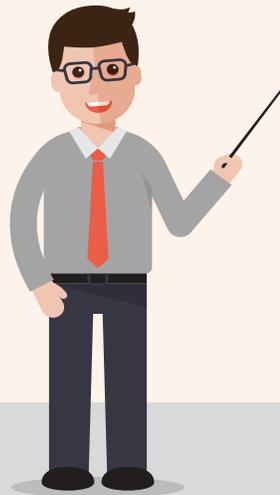
De hecho, actualmente el concepto de la educación superior pretende servir a la sociedad, respaldando la economía y mejorando las condiciones de sus ciudadanos. (Gibbons, 1998)

Es por ello que el Aprendizaje Basado en Competencias se fundamenta en un sistema de enseñanza y aprendizaje que va desarrollando la autonomía de los estudiantes progresivamente. (Villa & Poblete, 2007)



EN ESTE ESCENARIO, LA CREATIVIDAD ES FUNDAMENTAL PARA LA INSERCIÓN EN LA SOCIEDAD...

¿QUÉ ES LA CREATIVIDAD?



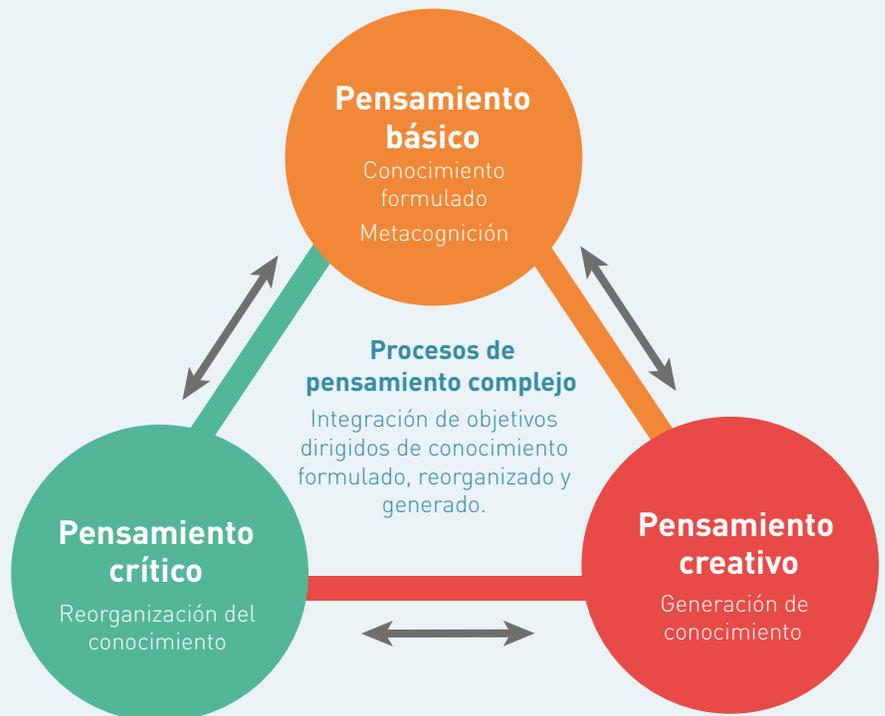
Es una competencia que permite "abordar y responder satisfactoriamente a situaciones de forma nueva y original en un contexto dado". (Villa & Poblete, p.262)

Algunas ventajas de la creatividad:

- Permite generar mayor motivación y disfrute en la actividad académica y profesional en quien la ejerce.
- Es una ventaja competitiva en ámbitos donde se requiere generar nuevos productos e ideas.
- Resulta estratégica en entornos donde las cosas ya están creadas. (Villa & Poblete, 2007)

Los autores Getzels y Csikszentmihalyi (2007) señalan que para ser creativo es importante sentir que hay un desafío en el ambiente que necesita solucionarse...

¡De allí la importancia de fomentar el desarrollo del pensamiento creativo en las aulas!



PERO ¿CÓMO AYUDO A LOS ESTUDIANTES A SER CREATIVOS?



ENTONCES, ¿CUÁL ES EL PROCESO PARA LOGRAR UN PRODUCTO CREATIVO?

FASES PARA LA CONCRECIÓN DE UN PRODUCTO CREATIVO

Las fases del proceso creativo no son lineales. En la vida real pueden darse varias intuiciones mezcladas con períodos de incubación.

PREPARACIÓN

Definir: Inmersión en aspectos que generan curiosidad.



INCUBACIÓN

Investigar: Agitación de las ideas, nueva información y combinaciones inesperadas.



INTUICIÓN

Idear: Encajar las piezas del rompecabezas.



EVALUACIÓN

Elegir: Sopesar el valor de la intuición, siendo autocrítico.



ELABORACIÓN

Implementar: Llevar a cabo la idea, concretando un aprendizaje.



Durante todo el proceso el docente debe acompañar y retroalimentar al estudiante para el desarrollo de creatividad y el logro óptimo de la innovación.

EN SÍNTESIS...



Para potenciar la creatividad en sus estudiantes, Ud. puede:

- Proporcionar de forma clara una finalidad y significado del aprendizaje.
- Propiciar las clases abiertas y flexibles, la autoconfianza de sus estudiantes y la enseñanza en una atmósfera receptiva.
- Mostrar entusiasmo y respeto por las ideas de los estudiantes, alentando los proyectos personales y dando respuestas creativas que susciten el cuestionamiento y la indagación de los problemas.
- Creer y valorar el potencial creativo de todos sus estudiantes.

Y RECUERDE QUE...



“Ofrezca a sus estudiantes oportunidades para ejercer su creatividad, invitándolos a construir y generar estrategias, soluciones y proyectos. De este modo, podrán desarrollar una mayor responsabilidad y apropiación de su aprendizaje” (Villa & Poblete, 2007).

PARA SABER MÁS:

Bain, K. (2007). *Lo que hacen los mejores profesores universitarios (2ª ed.)*. Valencia, P.U.V.

Beneitone, P., Esquetini, C., González, J., Maletá, M., Siu, G. & Wagenaar, R. (2007). *Reflexiones y perspectivas de la Educación Superior en América Latina*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Bozu, Z. & Canto, P. (2009). *El profesor universitario en la sociedad del conocimiento: competencias profesionales docentes*. *Revista de Formación e Innovación Educativa Universitaria*, 2 (2), 87-97.

Csikszentmihalyi, M. (2007) *Aprender a fluir*. Barcelona, Kairos.

Getzels, J. W. & Jackson, P. W (1962). *Creativity and Intelligence*. New York: John Wiley and Sons.

Gibbons, M. (1998). *Pertinencia de la educación superior en el siglo XXI*. Washington: Banco Mundial.

Torres, P. A. (2004). Desarrollo del pensamiento creativo en el ámbito universitario. *Anuario de filosofía, psicología y sociología*, (7), 117-130.

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (2012). *Plan de desarrollo estratégico 2011 – 2016*. Recuperado del sitio de internet de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso:
https://issuu.com/catolicadevalparaiso/docs/plan_de_desarrollo_estrat_gico_201

Villa, A. & Poblete, M. (2007). *Aprendizaje Basado en Competencias: Una propuesta para la evaluación de las competencias genéricas*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Zabalza, M.A. (2003) *Competencias Docentes para el profesorado Universitario*. Madrid, Narcea.