



ENGC22_00055

“La creatividad como eje fundamental en el proceso de enseñanza-aprendizaje del estudiante de la Licenciatura en Gestión y Promoción de la Cultura de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco”

Mtro. Delfín Romero Tapia.

Dra. María Guadalupe Sobrino Mendoza.

Mtro. Raúl Armando Hernández Glory.

Resumen

En 2004, la UNESCO puso en marcha la Red de Ciudades Creativas, un proyecto que identifica a la creatividad como factor estratégico de desarrollo urbano sostenible. La Red cubre siete ámbitos creativos: artesanía y artes populares, artes digitales, cine, diseño, gastronomía, literatura y música. Para la UNESCO, la creatividad contribuye a la construcción de sociedades abiertas, incluyentes y plurales, que permitan reforzar la creación, producción, distribución y difusión de actividades, bienes y servicios culturales; y que incrementen las oportunidades al alcance de los creadores y profesionales del sector cultural, bajo la idea de que la cultura es para todos. Para ello es indispensable que los futuros gestores culturales adquieran los conocimientos teórico-prácticos, que les permitan aplicar estrategias y herramientas para la creación, difusión y promoción de proyectos culturales sustentables. Por lo que esta investigación tiene como objetivo hacer una reflexión teórica sobre la creatividad,

como un elemento central en el proceso de enseñanza-aprendizaje; y contribuir a la formación integral de los estudiantes de la Licenciatura en Gestión y Promoción de la Cultura de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Palabras Claves: Gestión Cultural, Creatividad, Educación.

Introducción

“En las últimas décadas, el mundo se ha transformado a gran velocidad. La globalización de la economía, las comunicaciones y la cultura, así como la revolución digital y la reorientación productiva hacia una economía de servicios y de innovación”, (UNESCO, 2010) **han propiciado el crecimiento de las industrias culturales como distribuidoras de bienes o servicios; ejemplo de ello son** las artes escénicas, la cinematografía, el patrimonio cultural, la televisión, los videojuegos y la música, que “aportan a la sociedad riqueza y empleo, pero también representan una fuente de creatividad, de innovación y de bienestar social”. (ANUIES, 2020)

Estos proyectos culturales expresan usos y costumbres del mundo que los circundan, más allá del valor comercial que puedan tener.

Las nuevas herramientas informáticas y de telecomunicaciones imprimen al sector cultural y creativo una dinámica de cambio permanente, que se verifica de diferentes formas: por una parte, a partir de la tecnología, se crean nuevos perfiles profesionales (si hace unos años el colectivo de ocios culturales comprendía a actores, músicos, diseñadores gráficos e impresores, en la actualidad, tienen un crecimiento mayor los diseñadores multimediales, los editores online y los consultores creativos). Es decir, que mientras algunos ocios aparecen como una evolución de las antiguas formas de producción, otros son totalmente nuevos. (UNESCO, 2010)

Otro factor fundamental en el crecimiento de las manifestaciones culturales a nivel global, es la Red de Ciudades Creativas, compuesta de siete áreas temáticas: cinematografía, literatura, música, artesanía y arte popular, diseño, artes digitales y gastronomía.

Mediante esta Red, los ciudadanos logran “la comprensión de su propia cultura, a través de la cual se expresa la singularidad de la ciudad”; (Solórzano-Gil, M., 2015 p.161) creando en ellos un sentido de lugar, que se manifiesta en una combinación de orgullo y compromiso. (Galleguillos & Robles, 2018, p.12) Estas ciudades se

convierten en un espacio donde se “combina vista, tacto, oído, olfato, memoria e imaginación con el movimiento y la comunicación”. (Galleguillos & Robles, 2018, p.12) Así como en una fuente de inspiración e innovación.” (Solórzano-Gil, M., 2015 p.161). Bajo esta premisa, existe un potencial público consumidor, que “necesita profesionales altamente calificados con las competencias generales para desempeñar su labor”. (Estrada, 2012. p. 9)

Estos son espacios potenciales donde los futuros gestores culturales pueden intervenir en la toma de decisiones creativas para idear, **desarrollar, emprender, gestionar y evaluar proyectos**, que los llevan a ser más que partícipes de la creación, gestores capacitados para intervenir en la promoción y difusión de diversas actividades culturales, aportando ideas, por ejemplo, en el diseño de carteles, folletos, plan de marketing, videos documentales, fotografía, entre otras acciones.

La UJAT y la formación en Gestión Cultural

En este sentido, la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco preocupada por la preservación, cuidado, difusión y promoción del patrimonio cultural material e inmaterial, así como de los usos y costumbres y manifestaciones artísticas de la región, puso en marcha en 2004, la Licenciatura en Desarrollo Cultural en modalidad a distancia, en la División Académica de Educación y Artes, con la finalidad de profesionalizar los saberes del personal que laboraba en la áreas culturales del estado; en el año 2016, se renovó y fue presentada ante el Consejo Universitario de la UJAT, la Licenciatura en Gestión y Promoción de la Cultura, que dio inicio en 2017 con el objetivo general de:

Formar Licenciados en Gestión y Promoción de la Cultura competentes para identificar, explicar e incidir en fenómenos culturales, de manera transdisciplinaria, con la finalidad de construir, aplicar y evaluar proyectos de intervención que contribuyan al desarrollo y la promoción cultural de su entorno. (UJAT, 2016, p. 80)

En este nuevo marco educativo, el alumno juega un papel importante en el proceso de aprendizaje, con una participación más activa, en la que **debe** aplicar los contenidos que posee con un grado de creatividad, y “la función del docente es engarzar los procesos de construcción del alumno con el saber colectivo culturalmente organizado”. (UJAT, 2016, p.19) Por lo que la función del docente es importante, para

crear estrategias que permitan que el estudiante se apropie de su conocimiento, a través de diversos tipos de aprendizajes:

- Aprendizaje significativo: que tenga sentido para la vida de los sujetos.
- Aprendizaje autogestión: se entiende como las actitudes y actividades individuales y grupales que realizan los sujetos con intenciones de aprendizaje.
- Aprendizajes participativos: aquí se promueve el carácter social de la educación, es decir, que con la interacción se compartan los procesos de aprendizaje.
- Aprendizajes anticipatorios: Planteamiento curricular que promueve el desarrollo de habilidades innovadoras para acceder, almacenar, procesar y comunicar información. (UJAT, 2016, p.19)

Estos aprendizajes permiten que el estudiante comprenda, interprete, investigue, preserve, refuerce, divulgue, promueva, gestione y difunda la cultura, bajo la filosofía de la licenciatura:

Que con su proceso y programa académico de calidad se responda a las expectativas y demandas sociales que solicitan agentes culturales profesionales, que incidan en la conformación de las identidades, tanto individuales como colectivas, y en todo el proceso cultural de forma competitiva y con pleno respeto “al otro” y a “lo otro”, esto es, con respeto a la multiculturalidad y a la biodiversidad. (UJAT, 2016, p.35)

El Plan de Estudios de esta licenciatura, está conformado por cinco líneas curriculares: Administración y Gestión Cultural, Cultura e Identidad, Educación y Cultura, Investigación Cultural y Promoción y Difusión de la Cultura. El estudiante adquirirá conocimientos de administración, gestión, promoción, procesos organizacionales, fuentes de financiamiento, investigación, historia, semiótica, desarrollo sustentable, estética, economía, mercadotecnia, psicología, educación, legislación, diseño y evaluación de proyectos, periodismo, cibercultura; incursionará en áreas emergentes que amplían el horizonte de la profesión y las posibilidades de intervención en los nuevos escenarios culturales.

Para fomentar la creatividad en el estudiante, la licenciatura fortaleció dentro del área de Formación Sustantiva Profesional la línea curricular número cinco: Promoción y

Difusión de la Cultura. En ella los alumnos adquieren los conocimientos que “les permiten dar sustento teórico, conceptual y metodológico a la disciplina desde los problemas que subyacen en su constitución como campo de conocimiento”; (UJAT, 2016, p. 79); las materias que reciben son: Construcción de Imágenes Audiovisuales, Diseño Gráfico, Mercadotecnia y Publicidad Cultural, Metodologías de la Promoción Cultural, Periodismo Cultural, Cine para la Educación Cultural y Fotografía Cultural.

Para potencializar el contenido de estas materias, se deben plantear actividades en las cuales se fortalezca el aprendizaje creativo, en las que el profesor no tenga como meta que el alumno replique los saberes aprendidos, sino que por medio de un proceso atractivo, valore los conocimientos y los ponga en práctica, asumiendo un rol activo que lo lleve a actuar con mayor responsabilidad. El docente debe ser un facilitador, disponiendo didácticamente situaciones que fomenten la investigación, otorgando libertad al alumnado para encarar los diferentes retos con libertad, dando espacio y tiempo para que experimenten y ensayen, de forma individual o colectiva, diferentes maneras de solucionarlos.

La creatividad en la educación

El proceso creativo consiste en el análisis intencional, que fomente la generación de ideas imaginativas, y la evaluación crítica, logrando un equilibrio entre la imaginación y el análisis; (Leal & Quero, 2011, p. 255) que involucran la ideación, el pensamiento divergente y crítico y los procesos dinámicos.

La creatividad se entiende como la facultad de organizar de algún modo original los elementos del campo perceptivo, de estructurar la realidad, desestructurarla y reestructurarla en formas nuevas. (Santaella, 2006, pág. 90), Para Rodríguez (1998, como se citó en Santaella, 2006, p.90) La creatividad implica ideas esenciales de novedad y de valor; si lo que se produce no tiene nada de nuevo ni de valioso, entonces no hablamos de creación.

Por su parte Guilford (1952, como se citó en Esquivias, 2004, p.4) ”considera que **la creatividad, en un sentido limitado, se refiere a las aptitudes que son características de los individuos creadores, como la fluidez, la flexibilidad, la originalidad y el pensamiento divergente**”. Por medio del pensamiento divergente, se pueden renovar antiguas pautas, acordes a un pensamiento convergente o lineal

que solo busca una respuesta determinada para resolver una situación. Por lo que deberemos entender que el pensamiento divergente o lateral:

Se mueve en varias direcciones en busca de la mejor solución para resolver problemas a los que siempre enfrenta como nuevos, sin mantener patrones de resolución establecidos, pudiendo dar así una generosa cantidad de soluciones adecuadas en vez de encontrar una única y correcta. (Dopico, 2014, p. 4)

Así podemos observar que “el pensamiento divergente percibe distintas opciones, ya que enfoca el problema desde nuevos ángulos, lo que puede dar lugar a cierta variedad de recorridos y múltiples soluciones”, (Inter AC, 2019) logrando un sentido en el que la creatividad permite la flexibilidad para adaptarse y modificar situaciones, comportamientos y objetos con el fin de mejorar.

Esto implica que el estudiante debe ir más allá y profundizar sobre sus propias experiencias, poner en práctica su: “capacidad artística, la inteligencia emocional, habilidades sociales y la atención dividida.” (Leal & Quero, 2011, p.242)

Es, por lo tanto, importante lo que define Logan y Logan (1980, como se citó en Torres, Andrés, 2019, p.7075) “la enseñanza creativa es de naturaleza flexible y adaptativa, lo que permite al alumno desarrollar el proceso de forma autónoma, teniendo libertad para experimentar y tantear diferentes posibilidades, para acabar identificando la más adecuada”, una enseñanza que se caracteriza precisamente por ser activa, motivadora, dinámica, implicativa. (de la Torre & Violant)

Para Impulsar el aprendizaje creativo desde el aula, debe existir un compromiso entre el profesor y el alumno, el primero debe ser fuente de inspiración que motive el proceso creativo en los estudiantes, “fomentando también el aprendizaje relevante, que va más allá de la mera comprensión e integración de saberes, teniendo en cuenta los conocimientos que el alumno ha asumido en su entorno cultural, experiencial y académico”. (Latorre, 2003, como se citó en Torres, Andrés, 2019, p.7077) Por su parte, el alumno debe fomentar su autoaprendizaje, debe ser un ente activo en la creación y resolución de los ejercicios puestos en clases. Bajo esta consideración, el profesor es algo más que un transmisor y evaluador de conocimientos, se convierte en un guía de la expresión creativa del alumno.

El papel de profesor en la enseñanza creativa

El profesor creativo opera bajo tres dimensiones presentes en la educación: ser, saber y hacer. (de la Torre & Violant) Para lograr estas tres dimensiones, los profesores deben realizar un proceso de enseñanza creativo, basado en su formación académica. Por lo que en la Licenciatura en Gestión y Promoción de la Cultura, en el eje de Promoción y Difusión, la planta docente está conformada por maestros con estudios afines a diseño gráfico, fotografía, comunicación y cine; conocimientos que le permitan aplicar diversas técnicas orientadas a la ideación y la creatividad de los alumnos, sin conformarse con que éstos repitan lo que han oído o estudiado.

Este manejo de las competencias del docente no sólo le permite ver cómo el alumno resuelve una problemática o situación concreta, sino identificar el por qué y para qué de aquello en lo que se ocupa. (de la Torre & Violant)

Pero, además de la formación profesional, el profesor debe tener conocimientos didácticos, que reflejen sus competencias respecto al contenido de la materia. En el caso específico de la Licenciatura en Gestión y Promoción de la Cultura, el docente debe tener una preparación continua en materia de gestión cultural para entender cuáles son las necesidades propias de su quehacer. Asimismo, debe ser innovador y creativo, capaz de estimular al alumno para que pueda construir un pensamiento crítico, que aporte al proceso de transformación para la toma de decisiones en la resolución de problemas.

Uno de los aspectos importantes que debe cuidar el profesor creativo es la capacitación continua en su formación pedagógica; la actualización de saberes es un elemento crucial para tener un conocimiento de lo nuevo en su materia, sea en procesos de creación o equipos y herramientas de trabajo. Saberes que le permitan tener una autorreflexión de su práctica docente, y visualizarse como un “profesional innovador y creativo, para incorporar nuevas ideas en su forma de enseñar y actuar”. (de la Torre & Violant)

El papel del estudiante en el proceso de enseñanza creativa

Para lograr el binomio de colaboración creativa, el docente debe permitir la libertad de pensamiento de sus estudiantes, restarse protagonismo, interviniendo menos y adoptando una actitud de apoyo y refuerzo puntual; (de la Torre & Violant) debe ser solo un guía que apoye la decisiones finales del alumno, permitiendo que este logre

plasmar su conocimientos previos, sus gustos, su espacio social e incluso su cultura visual; considerando que “los contextos culturales y socioeconómicos tienen un impacto en la forma en que las personas desarrollan su potencial creativo”. (Cabra & Guerrero, 2022, p.4)

Por lo que “es crucial para el aprendizaje creativo establecer el grado de identificación de la creatividad, para así poder plantear un problema que se ajuste al nivel de desarrollo y conocimiento de los alumnos y que además les sea motivador”. (Torres, 2019, p-7076) Por medio de las estrategias creativas, el estudiante adquiere un protagonismo mayor que en las metodologías tradicionales. “El estudiante va construyendo los conocimientos y desarrollando habilidades mediante la búsqueda personal orientada por el profesor/a”. (de la Torre & Violant)

Conclusiones

El alumno de la Licenciatura en Gestión y Promoción de la Cultura debe adquirir en su formación académica, competencias que lo lleven a realizar proyectos de promoción y difusión de manera profesional; es decir, requiere construir el conocimiento que le permita generar una idea desde cero; o bien crear un producto, diseñarlo y ponerlo en marcha.

Para propiciar el desarrollo creativo en los alumnos, es importante que conozcan la teoría, dominen las técnicas y herramientas de diseño, edición, fotografía, etc., y las plasmen en sus proyectos bajo su propia perspectiva. Este aprendizaje creativo puede trabajarse de manera individual, así como en lo colectivo; el primero, permite poner en práctica lo aprendido en el aula, en su entorno social y cultural; el segundo, permite trabajar de una forma cooperativa, que no es lo mismo que colaborativa. (Torres, 2019, p.7080)

Para lograr esto, es importante que el profesor de la Licenciatura en Gestión y Promoción de la Cultura construya el contenido de sus clases, bajo un pensamiento divergente que aporte al proceso creativo diversas soluciones a un problema; así el estudiante no sólo repite una fórmula, sino que es propositivo, crea, diseña, pone en marcha la promoción y difusión de la cultura, en diversos campos como el cine, la publicidad, el diseño, la mercadotecnia, la producción audiovisual o todo proyecto cultural, reconociendo los gustos y la demanda del público, al cual acercará sus productos culturales.

En resumen, el estudiante debe aprender a reconocer las posibilidades de intervención en proyectos culturales, la identificación de problemas, sus posibles soluciones y la forma más creativa para hacerlos llegar al público. Bajo estas premisas, el futuro gestor y promotor cultural tiene la misión de poner en práctica nuevas ideas que lo posicionen con un carácter innovador, acorde a los tiempos que vive. **Por su parte, el profesor debe continuar con su proceso de autoformación, capacitación continua, la construcción de una cátedra creativa que permita que el estudiante se sienta identificado, entusiasmado en la práctica del quehacer de la gestión cultural.** Por lo que es vital considerar la creatividad como la forma de resolver un problema, basado en la formación académica y el conocimiento.

Bibliografía

Cabra, J., & Guerrero, C. (2022). Regional creativity: Cultural and socio-economic differences. *Journal of Creativity*, 1-5.

Leal, A., & Quero, M. J. (2011). *Manual de marketing y comunicación cultural*. Cadiz: Dirección General de Universidades de la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia de la Junta de Andalucía.

ANUIES. (10 de noviembre de 2020). *Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. Al servicio y fortalecimiento de la educación superior*. Obtenido de La UJAT pionera en la profesionalización de la gestión cultural en México: GNO: http://www.anui.es/noticias_ies/la-ujat-pionera-en-la-profesionalizacion-de-la-gestion-cultural-en

de la Torre, S., & Violant, V. (s.f.). *Estrategias creativas en la enseñanza universitaria*. Recuperado el Enero de 2022, de http://www.ub.edu/sentipensar/pdf/saturnino/estrategias_creativas_universitaria.pdf

Di Bella, D. (1 de Enero de 2005). Apuntes sobre la creatividad y la enseñanza del Diseño. *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*, 74-76.

Dopico, E. (01 de Enero de 2014). Didáctica Divergente: estrategias educativas. *RIDE: Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 1-15.

Esquivias, M. T. (31 de Enero de 2004). *Creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones*. Recuperado en marzo de 2022, de Revista Digital Universitaria: <http://www.revista.unam.mx/vol.5/num1/art4/art4.htm>

Estrada, V. I. (11 de Noviembre de 2012). El perfil del gestor cultural en la Ciudad de México. *Revista Digital de Gestión Cultural*(5), 1-47.

Galleguillos, M., & Robles, E. (Diciembre de 2018). La creatividad como vector de desarrollo. *Revista PENSUM*, 14, 1-16.

Inter AC. (2019). *INTERACC*. Recuperado el marzo de 2022, de Creatividad: <https://www.interac.es/index.php/es/creatividad>

Santaella, M. (Diciembre de 2006). La evaluación de la creatividad. *Sapiens, Revista Universitaria de Investigación*, VII(2), 89-106.

Solórzano-Gil, M. (2015). Ciudades creativas y patrimonio cultural: nuevos escenarios para la conservación del patrimonio en México. En López-Morales, F.J.; Vidargas, F. (eds.) Encuentro Internacional. Usos del patrimonio: Nuevos escenarios. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia. <https://rei.iteso.mx/handle/11117/3796>

Torres, A. (2019). Aprendizaje creativo y educación visual y plástica; las artes como canal idóneo para desarrollar la creatividad. *Brazilian Journal of Development*, 7072-7090.

UJAT. (2016). *Adecuación del Plan de Estudios de la Licenciatura en Gestión y Promoción de la Cultura*. Villahermosa: UJAT.

UNESCO. (2010). *Políticas para la creatividad Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. París: UNESCO.