



EXPECTATIVAS PARA EJERCER LA CREATIVIDAD Y SER INNOVADORES ENTRE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

Miguel Agustín Ortega Carrillo ¹

¹ Profesor de la Maestría en Gestión e Innovación Tecnológica, Universidad de Guanajuato; maoc347@gmail.com

RESUMEN

En la actualidad los programas universitarios alientan la formación de competencias en los estudiantes como la creatividad y la innovación. Esto se ve reforzado por un entorno que exige este tipo de habilidades para afrontar situaciones laborales y sociales. Además, se considera que el momento de vida de los universitarios es idóneo: son lo suficientemente jóvenes para atender con nuevas miradas los problemas de sus áreas de interés, a la vez que han demostrado tener la constancia para alcanzar esos niveles de preparación académica. Este trabajo forma parte de un proyecto de investigación que analiza si en efecto los jóvenes son reforzados desde la Universidad para ser más creativos e innovadores.

En esta etapa se explora el potencial creativo de los jóvenes, en una etapa futura se analizará su disposición para innovar. El primer factor que se analiza es la motivación que tienen para ser creativos. Se presentan los resultados de una investigación cualitativa realizada entre estudiantes de diferentes carreras y campus de la Universidad de Guanajuato, se explora en dos dimensiones: cuál es el sentido que tiene para ellos el estar en la escuela –si están por gusto o no, si se sienten involucrados con lo que ofrece la universidad, si son incluidos en la dinámica de las clases–, y la relación que hay entre sus propios gustos y lo que estudian –si piensan que pueden integrar lo que aprenden con aquello que les apasiona, si se saben capaces de incluir inquietudes en la dinámica de las clases, si encuentran espacios complementarios a su intereses.

Se concluye que los jóvenes que están dispuestos a ser creativos, son una minoría. Se proponen dos líneas de acción para revertir esta situación.

1. INTRODUCCIÓN

Este trabajo forma parte de una investigación más amplia que se realiza con el fin de comprender mejor el fenómeno de la creatividad personal y la forma en que incide en la sociedad. Uno de sus propósitos es analizar cómo se genera innovación, entendida esta como uno de los aspectos de la creatividad. La creatividad implica reunir talentos de personas específicas, experiencia en dominios de conocimiento y la interrelación con un campo de vida social que abarca instituciones, organizaciones, y recursos concretos que permiten dar sustentabilidad a los talentos particulares de las personas (Csikszentmihályi, 2007). Pero independientemente del tipo de manifestación creativa del que se hable, es necesario que la persona encuentre la motivación y el sentido en sus labores.



De ahí que en una primera instancia se desea explorar si las personas que se forman en el nivel educativo superior son encausadas para asumir su parte creativa, justo en el tipo de organización – la Universidad– que idealmente encausa a las personas a desarrollar un proyecto de vida que le permita explotara su potencial y madurez para su propio beneficio y el de la comunidad a la que pertenecen.

Pues bien, a partir de experiencias en la actividad docente, se ha detectado que este anhelo por formar personas que aprovechen sus talentos para expresar su potencial creativo y, dado el caso, innovar, es obstaculizado seriamente desde la misma Universidad. En la práctica muchos de los jóvenes están, sino desmotivados, sí al menos poco conscientes de porqué estudian. En muchos casos sus razones obedecen más a expectativas externas –que dirán los amigos, qué desean los padres, la idea de que ciertas carreras garantizan mejores ingresos o al menos empleo, etcétera– que a sus verdaderos deseos personales.

Por lo tanto, desde este espacio se propone que además de los tres elementos básicos que se manejan en algunos sistemas que analizan la creatividad (es decir, persona, dominio y campo); todos los cuales son percibidos muchas veces por los jóvenes como imperativos categóricos, es oportuno enfatizar qué sentido vital tiene para un estudiante entusiasmarse por conocer y aprender lo que se le enseña en la escuela si en verdad se desea fomentar un espíritu innovador en la sociedad.

En este momento se dispone de una importante cantidad de testimonios recopilados entre alumnos de diversas carreras en una universidad pública con campus en Guanajuato y León, así como de dos privadas de León. Además se disponen de evidencias recabadas entre alumnos de nivel de preparatoria del sistema público en tres municipios del estado, con lo que eventualmente se analizará lo que sucede antes de la entrada a la Universidad con los estudiantes. Lo que se ofrece en esta ocasión es sólo un primer vistazo al conjunto de estas evidencias. Y aunque es prematuro hablar de conclusiones tajantes, y de que un paso posterior necesario será sistematizar esta información, ya se vislumbran ciertas tendencias generales. Como el objetivo final tras este proyecto es el de fomentar la creatividad y la innovación desde la Universidad, se esboza una línea de acción para fortalecer las tendencias positivas, y una para revertir las negativas.

2. TEORÍA

La creatividad se ha definido de muchas formas, pero en general, sin importar el ámbito del que se hable, se coincide que para que se manifieste algo creativo es importante interesarse en aspecto de la realidad. Ya sea que se estudie un tema de conocimiento, se practique una actividad o se explore algo desconocido, la persona creativa va más allá de lo convenido para saciar la curiosidad y asombro que le produce algún aspecto de lo que se suscita en su vida.

Una definición muy clara de la creatividad, al menos a nivel intuitivo, es que lo creativo sucede cuando alguien se interesa en algo y hace lo posible porque ese algo salga del entorno en que permanece inadvertido por la mayoría para que así sea observado, entendido y admirado por otros (Hofstadter, 2007).

Implica esfuerzo por parte de una persona para conocer y practicar algo que le fascina, pero además se requiere que se le otorgue un sentido muy profundo a ese algo fascinante. De una forma integral, absorbe la emoción, la intuición y la razón de quien le dedica su tiempo (Wierzbicki y Nakamori, 2006).

Por supuesto, es sabido que a nivel social muchas personas apasionadas que se entregan con entusiasmo a una actividad no necesariamente obtienen un reconocimiento claro por su labor. Vivimos en un mundo social con reglas y rituales que configuran algunas condicionantes culturales de las que nadie puede eludirse. Por ello un modelo que se ha propuesto para comprender mejor



cuándo es admitida la creatividad en una comunidad, abraza además de los esfuerzos y el entusiasmo de personas específicas, la existencia de dominios de conocimiento y de actividades humanas. Es decir, ya existen acerbos y legados de conocimiento de los que se puede abreviar para profundizar en múltiples intereses. Las personas creativas suelen profundizar en esos legados de conocimiento para ser expertos, pero, a diferencia de quienes solo los buscan preservar con reverencia, intentan incrementar ese legado con sus propias aportaciones.

Por otra parte, en cada lugar y época existen entramados de relaciones sociales que parecen configurar la dinámica de vida de las personas que están inmersas en ese contexto. Existen instituciones, organizaciones, recursos económicos, infraestructura material, comunidades de expertos en diversos temas, y reconocimientos y premios tradicionales que se otorgan a quienes cumplen con ciertas expectativas sociales. Es decir existe un campo en el que se ejerce esa creatividad. Pues bien, la creatividad como resultado de un sistema social es entendida como la interacción entre persona, dominio y campo (Csikszentmihályi, 2007).

Ahora bien, en la raíz de todo este sistema sigue estando la persona. Y ésta no se asume como creativa si no es a partir de una respuesta de su conciencia ante la realidad y del sentido que le da a aquello que le interesa y le conmueve dentro de ella. En otras palabras, es el sentido que una persona le da a las otras personas y a las cosas que conforman su existencia lo que hace que se esmere en desarrollar su talento, lo que le lleva a conocer mejor esas personas y cosas, lo a practicar una actividad. Al hacerlo, esa persona enriquece su vida interior, y al hacerlo le ilusiona aportar su propio estilo a aquello por lo que se ha afanado en comprender. Por lo tanto está en posibilidad de a su vez enriquecer el legado de símbolos u objetos que le dan valor y sentido a la gente que le rodea (Xirau, 2008).

El supuesto de esta investigación es que sin esa respuesta desde la conciencia de una persona es inimaginable generar, a menos que sea solo como un discurso, la cadena de sinergias que van de la creatividad personal a la práctica de la innovación que se busca en las organizaciones y en la sociedad en su conjunto. Es el motivo por el que, antes de emprender acciones que se decreten desde lo abstracto para buscar la innovación, se intenta comprender si en lo específico, las personas estamos siendo formadas para brindar esta respuesta de conciencia.

3. PARTE EXPERIMENTAL

Aquí es donde surge la inquietud de explorar qué pasa con los jóvenes universitarios. Ellos están en el momento de madurez en el que pueden elegir que dominio les interesa y de comprender cómo funcionan los campos en los que desean interactuar. Y uno de los anhelos por lo que en general se concreta la institución de universidades es brindarles a los jóvenes los apoyos para que fomenten su talento y se inserten en sus campos.

Ahora bien, una percepción que se tiene desde la perspectiva del docente, y que además es compartida tanto por alumnos como por docentes, es que en la dinámica de las universidades no deja de haber cierto grado de simulación al respecto. Los estudiantes muchas veces no están del todo seguros porque estudian lo que estudian y los profesores en ocasiones saben cumplir con un temario, pero no saben explicar cuál es el sentido que esos contenidos tienen para la vida de los alumnos.

Es por eso que este proyecto inicia analizando qué tan cetrera es esa percepción. La preocupación inicial es saber si los alumnos están estudiando algo que realmente les gusta. Y para ello se ha iniciado entre varios alumnos de diferentes universidades de múltiples niveles y carreras una sencilla indagación para entender si la Universidad está cumpliendo con los postulados cerca del



fomento a la creatividad e innovación que se presentan en prácticamente todos los planes de estudio.

La primera acción concreta para recabar información empírica ha sido recopilar los testimonios de los alumnos que este investigador ha solicitado a los alumnos a los que les ha impartido clases. Se ha hecho en base a una entrevista semiestructurada que básicamente consta de dos puntos de análisis. Se les pregunta a cada alumno dos cuestiones: “¿Qué te gusta?” y “¿Por qué estás aquí?”.

Para superar el sesgo de la presión del grupo o la inhibición que produce el rol de autoridad del profesor, se les pide que mediten sobre la respuesta con toda libertad y que la desarrollen por escrito para que tengan más espacio para expresarse.

La primera pregunta explora cuáles son los auténticos intereses del alumno. Ahí pueden expresar lo que deseen sin temor a que sus respuestas se consideren “incorrectas” o “frívolas”, puesto que hay cierto grado de condicionamiento social de que ciertas actividades orientadas al ocio o al esparcimiento deben ser relegadas fuera del ámbito del estudio y del futuro laboral.

La segunda pregunta busca sacar al alumno de un área de confort. En muchas ocasiones ellos no se preguntan conscientemente porqué han elegido una carrera, ni cuestionan el porqué de las materias. Si bien los planes de estudio están diseñados para cubrir ciertos perfiles profesionales, los alumnos con aspiraciones creativas e innovadoras están en el derecho de preguntar cuál es el sentido o pertinencia de las asignaturas. Y en la mayoría de los casos, estos cuestionamientos no surgen, porque más bien se cumple con un ritual (“si una asignatura está en la cuadrícula de materias, por algo será”). E incluso va más allá. Al responder en clase a esta pregunta, muchos bromean. “Pues porque si no me reprueban”; “porque no me queda de otra”, “porque aquí es la clase”. Pero estas respuestas tienen el efecto positivo de distender la sesión y preparar la atmósfera para respuestas que van más allá del porqué están en el salón. Muchos empiezan a cuestionarse porque están en la carrera, o porqué están en esa universidad, o porqué, incluso están en la vida.

Con ese espíritu al final de la clase se les pide que ahora respondan, pero por escrito. Como una tarea a la que le pueden dedicar el tiempo y la extensión que deseen. Los resultados son a la vez alentadores y preocupantes. Alentadores porque demuestran gran vitalidad, en especial al responder qué les gusta. Pero preocupantes porque denotan que esa capacidad ha sido en buena parte desaprovechada por seguir más su vida estudiantil como una inercia donde hay mucha simulación. Una especie de “yo hago como que estudio y tú haces como que me enseñas” que prefigura el tristemente famosos dicho de la vida cotidiana “yo hago como que trabajo y tú haces como que me pagas”.

4. CONCLUSIONES

El análisis teórico de la creatividad ha permitido profundizar en la importancia del sentido personal y la singularidad que cada persona representa, para comprender que la innovación no sucede espontáneamente ni en forma de *serendipia* cuando no hay un interés de parte de la gente involucrada en organizaciones y espacios sociales.

Se ha detectado que el sentido y el gusto personal son claves para pensar en verdadera creatividad, facultad que, por otra parte, es inherente a todo ser humano. Lo inquietante es que se ha detectado un área de oportunidad importante: hay un desequilibrio notable entre los gustos y pasiones reales de los jóvenes respecto a las actividades que realizan en la escuela y la preparación que reciben con miras a su vida laboral.



Un aspecto positivo es que en cuanto hay un esfuerzo consciente por entender qué es lo que en verdad les gusta y cuáles son los motivos por los que estudian, los alumnos en general tienen un cambio positivo y asumen de manera voluntaria su deseo de crear e innovar.

La información recabada requiere sin duda de mayor sistematización y análisis. De momento se han hecho investigaciones con poblaciones estudiantiles aleatorias, pero van dibujando cierta tendencia que muestra indicios preocupantes: los alumnos de recién ingreso demuestran más entusiasmo que los que están en semestres avanzados (o cuatrimestres, de acuerdo al caso). Algo sucede en la escuela que los alumnos que más cerca están de completar los planes de estudio muestran o bien más desencanto, o indiferencia. Claro, queda abierta la puerta para quien dese profundizar en aspectos estadísticos y encontrar relaciones de acuerdo a sexo, edad o carrera. Pero, insistimos, lo más fascinante de esta exploración es que hay una oportunidad evidente de repensar lo que sucede en las universidades del estado, lo que concuerda con lo que han visto autores internacionales especializados en el tema, como Johnson (2008), Robinson (2006) y Gardner (1983).

Por último, este inicio de investigación genera expectativas de cambio. Son reconfortantes las respuestas de algunos alumnos que demuestran un potencial enorme que en otras condiciones pasa inadvertido. De ahí que se desee no sólo sistematizar la información recabada, sino plantar acciones que mejoren la educación pero, sobre todo, el potencial creativo e innovador de los alumnos universitarios.

BIBLIOGRAFÍA

1. Csíkszentmihályi, Mihály (2007). Creativity. Flow and the Psychology of Discovery and Invention. Harper Collins Publishers. Nueva York.
2. Gardner, Howard (1983). Frames of mind: A theory of multiple intelligences. Basic Books. Nueva York.
3. Hofstadter, Douglas (2007). Gödel, Escher, Bach. Un eterno y grácil bucle. Tusquets Editores/Conacyt. Barcelona.
4. Johnson, Paul (2008) Creadores. Ediciones B. Barcelona.
5. Robinson, Ken (2006). Ken Robinson says Schools Kill Creativity. Video disponible en: http://www.ted.com/index.php/talks/ken_robinson_says_schools_kill_creativity.html Consultado el 06-08-2012.
6. Wierzbicki, Andrzej P. y Yoshiteru Nakamori (2006). Creative space: models of creative processes for the knowledge civilization age. Springer-Verlag Berlin Heidelberg. Nueva York.
7. Xirau, Joaquim (2008). Amor y mundo. Fundación Emmanuel Mounier. Madrid.