

# La creatividad como un valor dentro del proceso educativo

**Efrain Duarte Briceno**

*Universidad Autónoma de Yucatán, México*

## **Resumo**

Este trabajo plantea que la creatividad es una capacidad que permite al individuo mejores niveles educativos, de bienestar social y de salud mental. A través de varias investigaciones sobre creatividad, que abarcan estudiantes de diferentes carreras y niveles, se evidencia la falta de planeación de la creatividad dentro de la curricula. Asimismo, se muestra 10 que ocurre con esta variable en los diferentes niveles educativos: básico, medio y superior. Con una muestra aproximada de 1,300 estudiantes en diferentes etapas de investigación, y un instrumento de creatividad gráfica creado *exprofeso*, se ha determinado que: a) en universidad los estudiantes tienen menos creatividad al egresar; b) el incremento de la creatividad está relacionado con prácticas y diseños; c) en la educación básica y en la media, la creatividad está dada principalmente por la fluidez y la flexibilidad; d) la creatividad no correlaciona con personalidad artística; y e) en la educación básica y en La media se encontró niveles de creatividad similares a los de La universidad.

**Palavras-chave:** creatividad, educación, curricula.

## **Criatividade como um valor no processo educativo**

### **Resumo**

Este trabalho estabelece que a criatividade é uma capacidade que permite ao indivíduo melhores níveis educacionais, bem estar e saúde mental. Por *meio* de várias pesquisas sobre criatividade, envolvendo estudantes de vários níveis e carreiras, evidencia a falta de planejamento da criatividade no currículo. Assim mesmo, mostra o que ocorre com esta variável nos diferentes níveis educacionais: básico, médio e superior. Com uma amostra de cerca de 1300 estudantes em diferentes etapas da pesquisa e com um instrumento de criatividade gráfica, criado *exprofesa* determinou que: a) na universidade os estudantes apresentam menos criatividade ao ingressarem; b) o aumento da criatividade está relacionado com o planejamento e as práticas; c) na educação básica em média a criatividade ocorre principalmente em fluência e flexibilidade; d) a criatividade não se correlaciona com personalidade artística e e) na educação básica e na média foram encontrados níveis similares de criatividade ao encontrado na universidade.

**Palavras-chave:** criatividade, educação, currículo.

## **Creativity as a value in the educational process**

### **Summary**

This work states the idea that creativity is an ability that allows individuals to reach better levels of education, mental health and well-being. Several findings on creativity research including students of different schools and levels, show a lack of creativity planning in the curriculum. They also show the variable behavior in basic, medium and higher education. From a sample of 1,300 students, in all research stages, and a graphic creativity tool created *exprofeso*, it has been concluded that: a) students are found to have less creativity when they leave university; b) increase in creativity is related to practice and design; c) fluency and flexibility have a large weight in the creativity increase at basic and medium levels; d) creativity is not correlated to an artistic personality trend; and e) creativity levels are similar in basic, medium and higher education.

**Keywords:** creativity, education, curriculum.

## **Una concepción actualizada de la creatividad**

Cuando se habla de creatividad, comúnmente se piensa en algo artístico; cuando se dice que alguien es creativo, comúnmente se piensa en alguien que inventa cosas, artísticas o no; cuando se dice que un objeto muestra la creatividad de su autor, comúnmente se piensa en que ese objeto es diferente de otros, poco común. Más aún, cuando se dice que alguien es creativo, dependerá de la edad, sexo, nivel escolar, profesión y una diversidad de características más, para pensar en

producción artística o solución de problemas.

La creatividad, en un nivel muy simple, significa "confeccionar algo que antes no existía" (de Bono, 1994), su esencia es reconfiguración súbita de determinadas percepciones estructuradas de cierta manera. Otra creencia común (Bailin, 1994), es que la creatividad está estrechamente relacionada con la originalidad, entendida en términos de la generación de algo nuevo. Por otro lado, independientemente de cuál sea la expresión de la creatividad, ésta involucra 10 divergente y 10 que se aleja de 10 ordinario, 10 común y 10 aceptado, 10 que conduce a una ruptura con el pasado, con las tradiciones existentes e implica un cambio conceptual. Esto, plantea un problema sobre la evaluación de los productos creativos.

En este sentido, es importante considerar a la creatividad como una parte del pensamiento y como una capacidad de todo ser humano, ya que ésta no es sólo una posibilidad, sino el poder - de facto - de realizar, hacer o ejecutar un determinado acto, una cosa o bien una tarea. Asimismo, el carácter de capacidad le confiere a la creatividad el estatus de independencia y generalidad: independencia en cuanto a la memoria y la comprensión como una entidad aparte de ellas, aunque interrelacionada; y generalidad en cuanto abarcativa de una serie de elementos y procesos propios, ya que la creatividad exige conocimiento experto.

Otra consideración importante se refiere a la determinación del valor de los productos creativos, la cual debe hacer énfasis en la manera específica de pensamiento o proceso utilizado. El pensamiento creativo se caracteriza por sus brotes de imaginación, su proceso irracional, el rompimiento de reglas, el cuestionamiento de juicios y la generación espontánea de ideas. De esta manera, se asume que algunas personas son más capaces que otras de involucrarse en este proceso, debido a sus rasgos cognitivos y de personalidad, por lo que la creatividad es vista primordialmente como una característica del individuo.

En consecuencia, un aspecto importante a considerar se refiere a la forma de expresar La creatividad, por lo que la aproximación empírica de ella exige identificar el tipo o aspecto de creatividad que se va a abordar y definirlo operacionalmente. En las investigaciones aquí reportadas se utilizó la creatividad gráfica, definida como: La capacidad de plasmar mediante dibujos una gran variedad de objetos, ideas y conceptos. Que a pesar de ser sólo una de las diferentes formas de expresión de la capacidad creadora, mantiene su calidad representacional y simbólica del pensamiento de un individuo.

Calidad representacional, ya que el dibujo que una persona plasma en una hoja de papel, es una proyección de su pensamiento, independientemente de su habilidad para dibujar; y calidad simbólica, considerando que tiene una menor dependencia con La cultura, esto es, aun una persona que no sabe leer ni escribir, tiene la capacidad de representar su pensamiento a través del dibujo. Esta forma de mirar la creatividad tiene implicaciones determinantes para la educación y su práctica, lo que desemboca en un énfasis en la excelencia, en lo nuevo, en el pensamiento independiente y en el desarrollo de la personalidad.

### **Importancia de la creatividad en la educación**

La preocupación por el desarrollo de la creatividad en la educación superior, se remonta a los primeros niveles escolares. Quizá en los primeros tres años de la escuela primaria todavía se recibe algún tipo de estimulación para desarrollar la creatividad, pero a partir de ese momento va desapareciendo hasta la universidad, exceptuando aquellas carreras relacionadas con actividades artísticas. Sólo aquellos estudiantes que por "naturaleza" son creativos, esto es, que han desarrollado

esta capacidad a pesar de la escuela, tienen el recurso para aplicarlo a nivel profesional.

Tradicionalmente se ha considerado a la creatividad como un don de las musas, y no como una cualidad humana educable que puede ser desarrollada como cualquier otro comportamiento. De esta manera, en México la formación a nivel superior parece estar sobrecargada de teoría y buena parte de los programas, aun cuando contemplen un considerable porcentaje de horas prácticas, no se apartan de dos procesos psicológicos básicos: la memoria y la comprensión. Sin embargo, el conocimiento que adquiere un sujeto, debe transferirse de una situación a otra, lo cual requiere una serie de capacidades que sólo pueden ser explicadas a través del pensamiento creativo (Delval, 1984), de tal suerte, la oportunidad de elaborar un producto creativo implica la interrelación de seis factores: la inteligencia, el conocimiento, los estilos de pensamiento, la personalidad, la motivación y el contexto (Sternberg y Lubart, 1992), todos ellos estrechamente vinculados al proceso educativo.

Por otro lado, la modernidad provoca un cambio acelerado, tanto científico como tecnológico, lo cual fue considerado dentro de Las políticas educativas de México para el período 1989-1994, ya que en el documento correspondiente se establece que:

*Dado que la ciencia es un factor que genera y transforma el conocimiento, la educación debe favorecer actitudes de búsqueda y metodologías de investigación en todos los niveles educativos. Por su parte, la tecnología exige desarrollar una actitud crítica y la capacidad de conocimiento de la propia realidad, y despertar la creatividad para su innovación, su adaptación y aplicación a problemas locales, regionales y nacionales. (SEP, 1988, p. 23)*

Más adelante, en el mismo documento, se enfatiza el componente innovador de La educación, el cual, se señala, deberá ser aportado principalmente por la educación superior. A pesar de tales recomendaciones, la educación superior todavía no goza del beneficio de la creatividad.

Hay que señalar que la creatividad requiere del desarrollo de un gran número de procesos psicológicos cotidianos: recordar, hablar, escuchar, comprender el lenguaje y reconocer las analogías (Boden, 1994), lo cual ocurre en cualquier institución educativa. Pero este desarrollo debe tener un carácter habilidoso, enfocado a fomentar la destreza en el individuo, condición que difícilmente cumplen muchos programas escolares en la actualidad. Asimismo, involucra la exploración y la evaluación; una persona que puede evaluar sus ideas novedosas, las aceptará o las corregirá, esto se da a través de la práctica de nuevas habilidades, las cuales desarrollan de manera espontánea representaciones mentales explícitas del conocimiento que ya se posee en una forma implícita. De aquí que se considere de suma importancia propiciar y reforzar la capacidad creadora del estudiante universitario.

### **El desarrollo de la creatividad y el desarrollo humano**

La tercera hipótesis que plantea Alexander (1989) para el funcionamiento del método synéctico de desarrollo de la creatividad, hace referencia a la relación entre creatividad y educación, lo cual constituye un punto medular en este trabajo. De esta manera, se establece que la capacidad de crear o recrear del ser humano es fundamental, e implica una evolución positiva y es el origen de nuevos avances (Valdivielso, 1986). Los objetivos planteados para la educación, no pueden permanecer inmutables, para Torrance-uno de los primeros investigadores de la creatividad-las

escuelas en el futuro deben estar diseñadas no tanto para aprender, sino como para pensar, un aprendizaje creativo privilegia el conocimiento y el desarrollo de las capacidades y los procesos de aplicación de éste (en González, 1990). Una institución educativa debe plantearse sus objetivos en función de la ganancia educativa de los alumnos, principalmente en actitudes y capacidades para pensar; estas capacidades pueden ser básicas como la de discriminar o memorizar, o complejas como la de resolver problemas. Rugarcía (1993) considera que la creatividad es una de las capacidades humanas más importante, ya que con ella el hombre transforma y se transforma, con ella el hombre hace cultura, esto ratifica a la creatividad como el rasgo más relevante a desarrollar en la educación contemporánea.

En investigaciones sobre este tópico (Hallman, 1989; Parnes, 1989; Crawford, 1989; Davis y Scott, 1989; Marín, 1982; y Liberty, 1993), se ha encontrado pruebas de que la creatividad puede enseñarse, que los alumnos mejoraban tanto en su capacidad de captar problemas y en su potencial ideativo como en su receptividad de ideas "extravagantes"; que el entrenamiento de la creatividad es tan beneficioso para alumnos de alta o bajas habilidad creativa, como para aquellos con niveles de inteligencia altos o bajos; los estudiantes universitarios pueden desarrollar su capacidad creadora y al hacerlo se vuelven ingeniosos; asimismo, se ha observado que los maestros tienden a castigar o no reforzar positivamente la conducta creativa de sus alumnos, en tanto que muestran preferencia por conductas conformistas. Tal parece que los planes de estudio tienen como propósito estandarizar a los alumnos a través de programas cuya principal característica es la rigidez.

Retomando las ideas de Mitjans (1993), hay que señalar la importancia que tiene la escuela en el desarrollo de la creatividad, como un sistema interactivo en el desarrollo de la personalidad, "la educación de la creatividad como complejo elemento de la subjetividad humana demanda influencias educativas coherentes relativamente estables, duraderas y sistémicas" (p. 98), esto involucra una transformación cualitativa del proceso de enseñanza-aprendizaje, para lo cual se propone la idea de "clima creativo" el cual:

*...se expresa en una relación creativa maestro-alumno y en una relación grupal creativa, [la cual] se logra a partir de un conjunto de recursos que el maestro debe ser capaz de desplegar de forma sistemática, auténtica y creativa (p. 96).*

En términos generales se considera que cualquier persona posee algún nivel de capacidad creadora; que esta capacidad está estrechamente relacionada con la personalidad, con la educación y con el bienestar del ser humano, dado que en la medida que una persona pueda alcanzar niveles más elevados de creatividad, tendrá también la posibilidad de solucionar situaciones problemáticas, de mejorar el medio en el que se desenvuelve y la congruencia entre este medio externo y su interioridad.

### **El vínculo valores-creatividad**

Cuando se habla de valores es inevitable hacer referencia a algo que es deseable, y en contraparte, la existencia de otro algo que no lo es. Hay autores (Ito Sugiyama, 1994) que afirman que los valores son considerados como estándares culturales, como patrones que sirven como guías generales para la vida social. En términos generales, se ha comprobado que aquellas personas que se valoran a sí mismas, también valoran lo que hacen, presentan un mejor estado de salud y tienen una perspectiva positiva, tanto del presente como del futuro (Banera y Esparza, 1992); pero esto no

es algo novedoso: desde hace dos décadas, Foster (1976) hablaba del valor que representa para el ser humano producir algo nuevo, así como el hecho de que los niños altamente valorados por acciones creativas, generalmente tienen un interés intrínseco en la actividad y una experiencia que puede extenderse a otras áreas.

En la década de los noventa ha surgido una crisis valoral, en la cual las principales instituciones sociales argumentan la pérdida de valores y la necesidad de fomentarlos en la comunidad. Sin embargo, cada una de estas instituciones promueve lo que, desde su muy particular conveniencia, considera que son los valores importantes para el ser humano, de tal suerte, el estado promueve la democracia y la pluralidad, la iglesia la castidad y la obediencia, la escuela la calidad y la excelencia, etc. Pero cabe preguntarse ¿qué es lo que realmente requiere el ser humano?

Ante este cuestionamiento, si se considera la crisis como la manifestación aguda de un trastorno, es incuestionable que socialmente se impone un replanteamiento de los valores que imperan en la actualidad. Más aun, el término crisis trae consigo el recuerdo de conflicto, problema, cambio y transformación, lo cual obliga a detenerse, reflexionar y proponer alternativas de solución a dicha problemática.

El riesgo ante la selección y la promoción de valores, es la parcialidad con la que se mira dichos valores. Sin embargo, dentro de la psicología, los planteamientos de Carl R. Rogers (1978, 1991) parecen proporcionar la solidez necesaria para construir alternativas. Rogers dice que las demandas valorales son divergentes y contradictorias y redacción que la desintegración de los valores de generaciones anteriores remite al cuestionamiento acerca de la universalidad de éstos. Sin embargo, no hay que olvidar el enfoque primigenio del ser humano en cuanto a la preferencia de las experiencias que mantienen, mejoran o actualizan el organismo, lo cual conforma la base para un desarrollo humano tendiente hacia la madurez psicológica.

Este mismo autor establece que el proceso de valoración no es un sistema fijo, por lo contrario, es un sistema flexible y cambiante que permite al infante establecer valores a partir de sí mismo, más adelante a partir de las relaciones interpersonales de afecto, y por último, en función de los patrones sociales. Sin embargo, dicho proceso puede llevar a un individuo a adoptar valores alejados de su desarrollo humano y de su madurez psicológica, cuando se hace a un lado el planteamiento fundamental para la elección de valores: mantener, mejorar o actualizar el organismo.

En este sentido, los acelerados cambios científicos y tecnológicos obligan a enfatizar la necesidad del ser humano de adaptarse continuamente a nuevas situaciones, el aprendizaje que el estudiante universitario hace en la escuela, tiene una vigencia limitada, que le exigirá la actualización a corto o mediano plazo. Una de las primeras tareas a las que se enfrenta el egresado es solucionar problemas, problemas que distan de los enunciados teóricos de sus textos y que implican la utilización de algo más que su memoria y su comprensión. En esos momentos el nuevo profesional tiene que recurrir a su ingenio, su originalidad, su inventiva, su flexibilidad, en pocas palabras su creatividad.

A partir de esta relación entre la creatividad y la solución de problemas, según Goleman et al (1993), los espacios de trabajo requieren de cambios vitales que pongan atención en el proceso y no sólo en el producto. La necesidad de creatividad se ha desplazado hacia la organización del espacio de trabajo y a lo que el individuo hace en él, pero este cambio se centra en la utilización e interpretación de información: la base para las ideas. La forma en que el trabajador puede aprender nuevas ideas. La forma en que el trabajador puede aprender nuevas ideas, desarrollar su personalidad y expresar su talento, se convierten en procesos altamente valorados, y la organización es vista, menos como una gran máquina impersonal, y más como un organismo complejo

vivo que es dirigido por una inteligencia vital que necesita ser estimulada continuamente. Esto requiere valorar los enfoques intuitivos para la solución de problemas, tanto como los enfoques analíticos, y reconocer que lo emotivo y lo subjetivo son también valores clave para la generación de nuevas ideas.

Esta situación incrementa su valor cuando se descubre en el egresado la incapacidad para enfrentarse a los retos de solucionar problemas en el ámbito profesional.

### **La evidencia empírica**

Se diseñó una Hoja Estímulo para investigar la creatividad gráfica en particular, con el supuesto de que este tipo de creatividad representa la creatividad de un individuo sin tanta influencia cultural. La Hoja Estímulo consiste en una hoja en blanco tamaño carta, con un segmento de línea curva abarcando una longitud de 3 cm., ubicada en la parte central derecha; en la parte superior de la hoja se encuentra la instrucción que debe seguir el sujeto, que se consideró lo más explícito y a la vez sucinto, de tal suerte que no dé a los participantes algún indicio que pueda sesgar su ejecución: "Dibuje libremente continuando la línea". Este instrumento incluye tres indicadores de la variable creatividad: (1) Fluidez, que califica con un punto cada objeto dibujado; (2) Flexibilidad, que califica con un punto cada categoría de objetos dibujados; y (3) Originalidad, que califica de acuerdo con la frecuencia de los dibujos en el grupo, esto es, los de mayor frecuencia tienen un punto, los siguientes dos puntos y así sucesivamente. En investigaciones anteriores se obtuvo coeficientes de confiabilidad de 0.78, 0.71, 0.69 y 0.70 para la Hoja Estímulo.

El Inventario de Tipo de Personalidad, basado en el modelo de Holland, es una prueba que incluye 20 grupos de seis rasgos de personalidad cada uno, a través de los cuales los sujetos se autodescriben: Realista, Investigativo, Artístico, Social, Emprendedor y Convencional (Wegner, 1993). Su validez de constructo y de contenido se estableció a través del análisis factorial de sus intercorrelaciones; su validez concurrente se estableció a través de la comparación de su eficiencia contra otras pruebas (Wegner, 1993); asimismo se estableció su confiabilidad para la población de estudiantes universitarios de la localidad, obteniendo un coeficiente F de 146.3849 con un nivel de significancia  $p = 0.0000$  (Duarte, 1997).

A través de varias etapas de investigación, se ha encontrado que 10s estudiantes universitarios tienen niveles bajos de creatividad en el momento de egresar y que ésta no es fomentada sistemática y organizadamente durante el proceso de enseñanza-aprendizaje.

En la etapa exploratoria (Dumte, 1994) participaron 71 estudiantes de psicología de 1º, 3º, 5º, 7º y 9º semestres de una universidad privada, de los cuales 81.7% son del sexo femenino y 18.3% son del sexo masculino, con una edad promedio de 21 años. Con un índice de confiabilidad de 0.78 para la Hoja Estímulo, se encontró, a través del intervalo de confianza para La media (5.59-6.79), que los alumnos del 9º semestre tenían el nivel más bajo de creatividad ( $X = 5.5$ ). El promedio global de creatividad fue de 6.30.

En una siguiente etapa Duarte, Samperio y Sánchez (1996) trabajaron con una muestra estratificada de 451 estudiantes de licenciatura de la misma universidad privada, participaron 38% estudiantes de Administración de Empresas (LAE), 8% de Administración de Empresas Turísticas (LAET), 13% de Contaduría (CP), 10% de Informática (INF), 16% de Derecho (DER) y 14% de Ciencias de la Comunicación (LCC), de los cuales 49% son del sexo femenino y 51% del sexo masculino, con una edad promedio de 20 años. Con un índice de confiabilidad de 0.71 para la Hoja Estímulo, se encontró que aquellas carreras en las cuales se estimula procesos de diseño y elaboración de programas, de eventos, de materiales, etc. (LAET, 10.26; INF, 10.76; y LCC, 10.26), el nivel de creatividad fue más elevado; sin embargo, comparando los semestres de cada

carrera, se observó que sólo dos de ellas (LAET 11.72 y CP 10.33) tienen un nivel superior a la media en el momento de egresar. El promedio global de creatividad fue de 9.53.

En una tercera etapa (Duarte, 1997), se incluyó a 572 estudiantes universitarios, divididos en 58.7% de una institución pública y 41.3% de una institución privada, considerando, de manera proporcional, a 25.5% de carreras consideradas "creativas" por su perfil de egreso, Arquitectura y Comunicaciones (ARQ y LCC), Y 74.5% de carreras "no creativas", Contaduría y Administración (CP y LAE). De todos los participantes, 49.1 % son de sexo femenino y 50.7% de sexo masculino, con una edad promedio de 21 años. Con un índice de confiabilidad de 0.69 para la Hoja Estímulo, se encontró, a través del ANOVA que no hubo diferencia significativa entre las carreras "creativas" y las "no creativas", pero si la hubo entre las diferentes carreras ( $F 6.060, p = .000$ ), favoreciendo en términos globales a LCC ( $X 13.16$ ) y CP ( $X 11.85$ ); sin embargo, analizando por semestre cada carrera, se encontró que ARQ ( $X 15.31$ ) es donde los estudiantes egresan con un nivel más elevado de creatividad y LAE ( $X 8.89$ ) donde egresan con el nivel más bajo ( $F 4.545 P = .001$ ). Asimismo, utilizando el inventario de tipos de personalidad (Wegner, 1993), se relacionaron los niveles de creatividad y los de tipos de personalidad de los sujetos a través del análisis discriminativo de Wilks, encontrándose que la relación hipotética entre el rasgo artístico y la creatividad no cumplía con los requerimientos de significancia ( $\lambda$  de Wilks .94626  $p = .4011$ ); por el contrario, el rasgo social si cumplió con los niveles de significancia necesarios para establecer su relación formal con la creatividad ( $\lambda$  de Wilks .92505  $p = .0539$ ). El promedio global de creatividad fue de 11.01.

Por último, intentando corroborar la pérdida de la capacidad creadora durante el proceso educativo, se llevó al cabo otra etapa investigativa (Duaile y Fernández, 1997), donde se incluyó una muestra probabilística estratificada de 332 estudiantes divididos en: 43.4% de primaria, 37.3% de secundaria y 19.3% de preparatoria. De éstos el 49.7% son del sexo femenino y 50.3% del sexo masculino, con una edad promedio de 11 años. En este caso se obtuvo un índice de confiabilidad de 0.70 para la Hoja Estímulo, no encontrándose diferencias significativas en los niveles de creatividad entre los diferentes estratos académicos (primaria, secundaria y preparatoria). Sin embargo, con base en la correlación de Pearson de los indicadores utilizados para medir la creatividad fluidez, flexibilidad y originalidad- se observó que si hay diferencia significativa en los diferentes estratos académicos, observándose un decremento en el nivel de los indicadores que si correlacionaron (Fluidez-Flexibilidad,  $r .7809, p = .000$ ) conforme avanza el proceso educativo (primaria 5, secundaria 3 y preparatoria 3). El promedio global de creatividad fue de 11.45.

## Conclusiones

De esta manera, con una muestra de algo más de 1.300 estudiantes, participantes en las diferentes etapas de investigación, y un instrumento de creatividad gráfica creado *exprofeso* para este trabajo con un índice promedio de confiabilidad de 0.72, se ha determinado que:

a) en la educación superior buena parte de los estudiantes tienen el menor nivel de creatividad en el momento de egresar y no se evidencia un proceso sistemático de fomento de la capacidad creadora

b) que el incremento de la creatividad está relacionado con los semestres donde se lleva al cabo prácticas de la disciplina, o bien en aquellas carreras que implican un desempeño basado en la elaboración de programas y diseños

c) que en la educación básica y en la media, la creatividad está dada principalmente por la fluidez y la flexibilidad y no por la originalidad, a diferencia de 10 que ocurre en la educación superior, donde este factor constituye un elemento importante de la creatividad;

d) que la creatividad no está correlacionada con rasgos artísticos de personalidad, por lo contrario, se encontró un alto nivel de creatividad en los estudiantes con rasgos sociales de personalidad y un bajo nivel de creatividad en aquellos con rasgos realistas; y

e) en la educación básica y en la media no se encontró diferencias significativas en los niveles de creatividad, y en promedio, estos niveles son similares a los promedios que han sido encontrados en la educación superior, pero tomando en cuenta los indicadores correlacionados, se observa que éstos decrecen conforme avanza el proceso educativo.

Sin pretender llegar al punto final de este vasto tema de investigación, una conclusión que se desprende de toda esta información, es que la capacidad creadora, como parte de la triada memoria-comprensión-creatividad, es fundamental dentro del proceso educativo y que al confirmarse que dentro de este mismo proceso no es estimulada como se esperaría, esto le imprime un carácter de deseabilidad y por lo tanto de valor dentro de la formación de un profesional, no sólo en la psicología sino en cualquier otra disciplina, ya que es inevitable el darse de frente con problemática nueva a resolver, lo cual requiere la actualización del individuo en términos profesionales, el mejoramiento de su desempeño y, en consecuencia, su mantenimiento dentro del engranaje social y laboral que le corresponda, factores que, como menciona Rogers, permiten establecer con mayor veracidad los valores en una sociedad, ya que están enfocados al desarrollo humano y la madurez psicológica.

## Referencias

- Alexander, T. (1989). *Sinéctica: La invención por el método de la locura*. In G.A. Davis & J.A. Scott (orgs.) *Estrategias para La creatividad*. México: Paidós Educador.
- Bailin, S. (1994). *Achieving extraordinary ends: An essay on creativity*. New Jersey: Ablex Publishing.
- Barrera Valdivia, P. y Esparza de la O., Ma. T. (1992). ¿Qué caracteriza a los maestros que valoran positivamente su práctica docente? *La psicología social en México*. Asociación Mexicana de Psicología Social. 4, 52-62.
- Boden, M. A. (1994). *La mente creativa. Mitos y mecanismos*. Barcelona: Gedisa.
- Crawford, R. P. (1989). Las técnicas de la creatividad In G.A. Davis & J.A. Scott (orgs.). *Estrategias para La creatividad*. México: Paidós Educador.
- Davis, G. A. y Scott, J. A. (1989). *Estrategias para La creatividad*. Prefacio. México: Paidós Educador.
- De Bono, E. (1994). *El pensamiento creativo. El poder del pensamiento lateral para La creación de nuevas ideas*. México: Paidós Empresa 28.
- Delval, J. (1984). *Crecer y pensar: La construcción del conocimiento en el escuela*. Barcelona: Laia.
- Duarte B., E. (1994). Niveles de creatividad en educación superior. In *I Simposio Regional de Investigación Educativa*. MEMORLAS. Facultad de Educación. Universidad Autónoma de Yucatán. Mérida, Yucatán, México.
- Duarte B., E. (1997). Niveles de creatividad en La educación superior. In *Congreso Regional de Psicología para Profesionales en América. Entrelazando La Ciencia y La Práctica en La Psicología*. MEMORLAS. Instituto Mexicano de Investigación de Familia y Población, A.C. Asociación Mexicana de Psicología Social. p. 234.
- Duarte B., E., Samperio B., S. y Sánchez F., J. (1996). Niveles diferenciales de creatividad en la educación superior. In *XXIII Congreso Nacional del CNE/P*. MEMORLAS. Escuela de

- Psicología. México: Universidad de Ciencias y Artes del Estado de Chiapas.
- Duarte B., E. Y Fernández N., L. (1997). La creatividad en La educación básica y media: un pre-requisito para La educación superior. In *La investigación educativa en México, 1996-1997*. Memorias del IV Congreso Nacional de Investigación Educativa. Consejo Mexicano de Investigación Educativa. Universidad Autónoma de Yucatán. Facultad de Educación. pp. 30-34.
- Foster, J. (1976). *Desarrollo del espíritu creativo del niño*. México: Publicaciones Cultural, S.A., Ciencias de La Educación.
- González Valdés, A. (1990). *Como propiciar la creatividad*. La Habana, Cuba: Ciencias Sociales, Serie Psicología Social.
- Goleman, D., Kaufman, P. y Ray, M. (1993). *The creative spirit*. United States of America: Plume Book.
- Hallman, R. J. (1989). Técnicas de enseñanza creativa. In G.A. Davis & J.A. Scott (orgs.). *Estrategias para La creatividad*. México: Paidós Educador.
- Ito Sugiyama, Ma. E. (1994). Hacia un marco de referencia para el estudio del mexicano y sus valores. *La psicología social en México*. Asociación Mexicana de Psicología Social. (V). pp. 3-9.
- Libeliy, P. G. (1993). en *Creatividad y Universidad, ¿Qué tal pareja son? DIDAC*. Reflexiones sobre La educación. 2 J. Primavera'93. Universidad Iberoamericana. México.
- Marín Ibanez, R. (1982). *Principios de La Educación Contemporánea*. Biblioteca de Educación y Ciencias Sociales. Madrid: Rialp.
- Mitjans, A. (1993). La escuela y la educación de La creatividad. En *Memorias del V Simposio de Investigación Educativa*. Facultad de Educación. Universidad Autónoma de Yucatán. Mérida, Yucatán.
- Parnes, S. J. (1989). *¿Puede incrementarse La creatividad?* En *Estrategias para La creatividad*. Gary A. Davis y Joseph A. Scott. México: Paidós Educador.
- Rogers, C. R. (1978). Hacia un enfoque moderno de los valores: el proceso de valoración en La persona madura. En *Desarrollo del potencial humano*. Aportaciones de una psicología humanista. Juan Lafarga Corona y José Gómez del Campo (comps.). (2). México: Trillas. pp. 137-154.
- Rogers, C.R. (1991). *Libertad y creatividad en La educación en La década de los ochenta*. 2a. Edición. España: Paidós Educador.
- Rugarcía T., A. (1993). Desarrollo de La creatividad por La docencia. En *Perspectivas docentes*. (10). 41-46. México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- SEP (1988). *Programa para La Modernización Educativa*. Capítulo 1. Política para La Modernización Educativa.
- Sternberg, R. I. y Lubart, T. I. (1992). The creative mind. *Nederlands Tijdschrift voor de Psychologie en haar Grensgebieden*. (47). 6.
- Valdivielso, E. (1986). *La personalidad humana. su capacidad creadora*. España: Tecnipublicaciones, S. A., Colección Continente/Contenido.
- Wegner, K. W. (1993). *Inventario de Tipo de Personalidad*. USA.