

TENSIÓN ENTRE CULTURA Y CREATIVIDAD EN EL NIVEL SUPERIOR

María Irene Vinci

Resumen. Anclado en la tensión entre cultura y creatividad, el trabajo consistió en relevar y caracterizar los gustos, imaginarios y consumos en materia de cultura de jóvenes estudiantes del Nivel Superior no Universitario y con ello lograr un diagnóstico desde los propios actores, tomando a la cultura en la dimensión de la realización propia de actividades creativas y de la participación en y de las actividades creativas de los otros; es decir, considerándola como experiencia y como encuentro.

Con el objeto de abordar la problemática se realizó un rastreo bibliográfico y se tuvo particular atención en consultar a especialistas en Creatividad Educativa, en Producción y Gestión Cultural, en Ciencias Sociales y en las nuevas subjetividades post-modernas.

El tipo de investigación realizada tiene carácter descriptivo-exploratorio; se inscribe dentro de la investigación de campo y utilizó como técnica la entrevista y como instrumento: el cuestionario.

Los supuestos formulados inicialmente encontraron respuesta a través del análisis de los datos, materializándose en las conclusiones preliminares y la conclusión y discusión final.

Confirmaron la necesidad de resignificar, en el contexto educativo, la reproducción de imaginarios vigentes respecto a cultura, creatividad, medios de comunicación y nuevas tecnologías, con una efectiva bajada a la realidad de la educación en la creatividad, a través de algunas de las formas comprometidas en esta tensión.

Palabras clave: gustos, imaginarios, consumos culturales, cultura y creatividad

THE TENSION BETWEEN CULTURE AND CREATIVITY

Abstract. Anchored in the tension between culture and creativity, this study consisted on compiling and characterizing higher education - non university – students' likes, imaginaries and consumptions with regard to culture; and with this, arrived at a diagnosis from the actors themselves, placing culture in the dimensions of self performance of creative activities and participation in and of other's creative activities; i.e. considering culture as an experience and as an encounter.

With the purpose of approaching the issue, a bibliographic search was performed and particular attention was devoted to consult specialists on Educational Creativity, Production and Cultural Management, Social Sciences and on the new postmodern subjectivities.

The nature of the investigation carried out is descriptive-exploratory; framed within field investigation. The method used was the interview and the instrument, the questionnaire.

The initial hypothesis found the answer through the analysis of the data, and materialized in the preliminary conclusions, the conclusion and the final discussion. They confirmed the need to give a new meaning, in the educational context, to the reproduction of current imaginaries related to culture, creativity, means of communication and new technologies; with an effective application to the reality of education in creativity through some of the forms implicated in this tension.

Keywords: likes, imaginaries, cultural consumptions, culture and creativity.

TENSÃO ENTRE A CULTURA E A CRIATIVIDADE

Resumo. Ancorado na tensão entre a cultura e a criatividade, o trabalho consistiu em salientar e caracterizar os gostos, os imaginários e os consumos de jovens. Com isso conseguir um diálogo desde os próprios atores, tomando à cultura na dimensão da realização própria de atividades criativas e da participação nas atividades criativas dos outros.

Com o objetivo de abordar a problemática foi realizado um seguimento bibliográfico com particular atenção em consultar aos especialistas em Criatividade Educativa, em Produção e Gestão Cultural, em Ciências Sociais e nas novas subjetividades pós-modernas.

O tipo de investigação realizada tem caráter descritivo-explorativo: inscreve-se dentro da investigação de campo e é utilizada, como técnica, a entrevista e como instrumento, o questionário.

Os supostos formulários inicialmente encontraram respostas através das análises dos dados, materializando nas conclusões preliminares e na conclusão e discussão final. Confirmando a necessidade de dar significado ao contexto educativo, os *imaginários*, com respeito à cultura, criatividade, meios e novas tecnologias, com uma afetiva descida à realidade da educação na criatividade, através de algumas das formas comprometidas nesta tensão.

Palavras-chave: gostos, imaginários, consumos culturais, cultura e criatividade.

Introducción

Cada uno, desde su lugar, debe buscar caminos de mejora a las prácticas educativas en vigencia,

“...tratando de establecer preguntas vinculadas a la educación como proyecto no sólo pedagógico sino fundamentalmente político: como anhelo de reconocimiento, legitimación, transmisión y aplicación de saberes que aparecen necesarios para la construcción de un mundo, simplemente, mejor” (Kriger, 2008, p.8).

Esta investigación está vertebrada en la relación entre creatividad y cultura, desde un primer nivel de análisis: el conocimiento de los gustos, imaginarios y consumos en materia de cultura de los jóvenes, buscando algunas conexiones y reflexiones sobre los fenómenos sutiles y complejos que intervienen en ellos, para establecer características culturales en la dimensión de la participación y de la realización de actividades creativas de la población en estudio que puedan dar algunas pistas sobre los cambios a realizar en materia educativa.

El estudio de los gustos, imaginarios y consumos en materia de cultura de las alumnas-docentes del Nivel Inicial, se realiza para comprender al sujeto de la Educación Superior en su subjetividad e implica revisar la idea de cultura y creatividad y desde la cotidianeidad, reconocer el emergente global, que ha influido en el funcionamiento de la sociedad dentro de la cual está inmersa la educación y sus actores (Santos Guerra, 1984).

Es decir, que se desarrolla bajo la influencia de factores, tendencias y sucesos que conforman la complejidad del entorno, la globalización, los avances tecnológicos, el auge de la cultura mediática y que interpelan a las Instituciones Formadoras de formadores.

Se necesita una personalidad creativa para interactuar en el mundo actual: que tenga apertura a las ideas divergentes, curiosidad, perspicacia, sentido del humor, alegría, seguridad, flexibilidad, responsabilidad, humildad, dinamismo, entusiasmo, apertura a las críticas, ingenio, originalidad, fluidez, viabilidad en sus aportes, etc.

Hacen falta respuestas nuevas para estas nuevas realidades. Las nuevas teorías del aprendizaje arrojan luz, separando los procesos de aprendizaje de los de enseñanza, porque sostienen que el aprendizaje no sólo depende de ésta, sino también de la personalidad y de la significatividad del contexto donde se aprende, es decir que se deben considerar otros factores como ámbitos de construcción de conocimiento.

Pensando que es necesaria una reflexión de “las condiciones sociales de producción en términos de leer las coordenadas socio-históricas en las que se construye tanto el yo como el aporte de los saberes de los otros” (Benito, 2008, p.2) en el desarrollo de una personalidad creativa, se plantearon los siguientes objetivos generales:

- Relevar y caracterizar los gustos, imaginarios y consumos en materia de cultura de las alumnas del Profesorado de Educación Inicial del Instituto Superior del Profesorado “San Pedro Nolasco”, de la ciudad de Mendoza, durante el ciclo lectivo 2007-2008.
- Conocer la reproducción y/o resignificación de la relación entre cultura y creatividad de las mismas.

Se tuvo en cuenta en la definición del tipo de investigación que el estado del conocimiento del tema de investigación es relativamente nuevo y que se puede, casi asegurar, que en la provincia de Mendoza no ha sido realizado en ninguna Institución educativa de Nivel Superior no Universitario ni en Institutos de Formación del Profesorado.

Se ha realizado este tipo de estudio en la esfera privada, especialmente, de las empresas comerciales con fines meramente económicos y para el conocimiento y formación de nichos de mercado culturales. En la Nación existe una Encuesta Nacional de Consumos Culturales que trata de actualizarlos en función de realización de políticas culturales que sean democráticas e inclusivas.

Aún hoy a los investigadores les cuesta ponerse de acuerdo sobre el significado del término cultura, lo que condiciona la construcción de indicadores culturales que abarquen un escenario tan dilatado. Sin embargo, es bueno reconocer que se han realizado y dado a conocer una gran cantidad de estudios e investigaciones sobre la creatividad que aún no han tenido impacto en las prácticas educativas.

El estudio cuyo enfoque es descriptivo-explicativo, se inscribe dentro de la investigación de campo, dado que los datos de interés se recogieron en forma directa de la realidad.

La investigación no fue sencilla de centrar, tuvo como eje una tensión controvertida: cultura y creatividad, que implicó una toma de posición teórica desde ángulos que pueden ser considerados epistemológicamente diferentes pero que conviven en la actualidad y son válidos.

Con el objeto de abordar la problemática se realizó una búsqueda bibliográfica extensa y se puso particular atención en consultar a especialistas en Creatividad Educativa, en Ciencias Sociales, en Producción y Gestión Cultural y en las nuevas subjetividades postmodernas.

Si bien estas consideraciones teóricas arrojaron luces para interpretar la actual tensión entre creatividad y cultura, se consideró que debían ser confrontadas con la realidad y partiendo de la construcción permanente de este Marco Teórico surgieron los siguientes supuestos:

- Que los gustos, imaginarios y consumos culturales de los jóvenes han cambiado con el tiempo lo que hace imposible sólo una apreciación teórica.
- Que su conocimiento nos:
 - informa sobre la forma en que reproducen y/o resignifican la relación entre cultura y creatividad.
 - presenta el estado actual de las potencialidades y de la capacidad de desarrollo futuro de la cultura y la creatividad dentro del ámbito educativo.
- Que esos cambios se deben a las transformaciones producidas en la posmodernidad por la globalización, las nuevas tecnologías y los medios de comunicación.

Teniendo en cuenta la definición de Néstor Canclini (1993) de los consumos culturales como:

“...el conjunto de procesos de apropiación y uso de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica... que se completa con lo que dice Ana Rosa Mantecón: ...todo consumo es un proceso cultural independientemente de que a la vez cumpla funciones prácticas para la sobrevivencia” (Rotbaum, 2007, p.75).

Y que en este proceso cultural forman parte: los imaginarios legitimados desde los grupos de poder tanto económico como ideológico (Bourdieu,1999; Bobbio,2007); las representaciones sociales dentro de los grupos de pertenencia (Moscovici, 1961); y los emergentes: el paradigma del acontecimiento (Lazzarato, 2003), en el que lo que da significado es la pertenencia a un mundo y últimamente los medios de comunicación y las nuevas tecnologías, que requirieron una mirada multidireccional: desde Sartori y el homo videns, “el yo saturado” de Gergen (2002), la cibercultura de Orihuela (2005), Wortman (2007) y Barone (2008), porque es uno de los sectores que más ha influido en lo cultural: ha construido y está construyendo “culturas”, formando nichos de opinión y cambiando hábitos y costumbres, está ampliando los horizontes y está achicando las distancias.

Este proceso es el que determina el gusto, o sea la predisposición a interpretar un estilo, es decir un determinado uso creativo de un lenguaje simbólico por parte de un artista en la producción de su obra. Esta obra o producción tiene para el sujeto que la crea un significado pragmático, pues, cumple una función de lenguaje para él y el contexto (Baroni, 2001).

Y con la visión de cultura de Eagleton (2001):

“...en la mitología, Eros, el constructor de ciudades, domina a la naturaleza y crea la cultura, pero lo logra en articulación con Thanatos, que acecha en su interior...La cultura, en consecuencia, es sintomática de una fractura que ella misma se presta a superar” (Benito, 2008, p.5).

Porque apareció como muy interesante comparar esta postura con la “cultura postmoderna”, que hace un culto de la muerte en sentido negativo. Se consideró que esta articulación entre Eros y Thanatos es en cambio positiva y deja lugar para repensar posibles fisuras en nuestra cultura, donde la humanidad pueda re-crear (volver a crear) una dimensión simbólica que articule lazos sociales inclusivos y de plenitud para la condición humana, a través del desarrollo de la creatividad total en cada individuo, desde otros (los nuevos) espacios de socialización.

El tipo de creatividad que se busca en la actualidad, siguiendo a Graciela Aldana (1996), es el integral. La creatividad es un fenómeno complejo, multidimensional, que se pone en juego en la totalidad de la persona. Supone una interrelación dinámica con su entorno (físico e histórico) y con “los otros”, ya que se manifiesta en todas las facetas de su vida, donde debe desplegar todas sus capacidades para encontrar sus propias y nuevas respuestas a realidades que lo interpelan desde lo físico y lo espiritual, desde lo racional, lo intuitivo y lo emocional, desde lo conocido y lo desconocido.

Porque es toda la persona, sin fragmentaciones, que desde sus potencias desarrolladas continuamente actualiza su humanidad, a través de lo que Aristóteles llama “actividad: es decir en la existencia plena de la cosa y no del modo en que decimos que está en potencia...en la misma relación que el que construye está con el que tiene la capacidad de construir” (Obiols, 1997, p.165).

Y que es creativa cuando tiene los cuatro indicadores básicos: fluidez, flexibilidad, originalidad y viabilidad, en un proceso que integra preparación, incubación, iluminación, elaboración y comunicación.

En un camino de doble mano: por un lado incentiva la expresión creativa concreta, que permite una respuesta personal y única en un momento determinado y por otro, desarrolla la personalidad creativa, porque lleva a actualizar las potencialidades en cada uno. Abordada, en este trabajo, desde la participación en y de las actividades creativas de los otros y la realización de actividades creativas propias: la cultura entendida como encuentro y como experiencia.

El contenido de las actividades creativas supone una serie de fenómenos artísticos, aunque se extiende a otras disciplinas: arquitectura, filosofía, gastronomía, sociología, gestión cultural, etc. que no entraron en el ámbito de este estudio.

Así, el objeto básico de estudio es el mundo de la vida cotidiana, tal como es aceptado y problematizado por las personas que interactúan en él, en este caso, alumnas del Profesorado de Educación Inicial del Instituto Superior del Profesorado “San Pedro Nolasco” de la ciudad de Mendoza, Argentina.

Método

a. Hipótesis y variables:

Para los fines de esta investigación se partió de los siguientes supuestos:

- Que los gustos, imaginarios y consumos culturales de los jóvenes han cambiado con el tiempo, lo que hace imposible sólo una apreciación teórica.
- Que su conocimiento:
 - nos informa sobre la forma en que reproducen y/o resignifican la relación entre cultura y creatividad.
 - nos presenta el estado actual de las potencialidades y de la capacidad de desarrollo futuro de la cultura y la creatividad dentro del ámbito educativo.
- Que esos cambios se deben a las transformaciones producidas en la posmodernidad por la globalización, las nuevas tecnologías y los medios de comunicación.

Teniendo en cuenta que una variable es cualquier característica de la realidad susceptible de asumir diferentes valores, se tomaron como variables a estudiar:

- Gustos
- Imaginarios
- Consumos culturales

A partir de las dimensiones culturales de:

- la participación en y de las actividades creativas de los otros
- la propia realización de actividades creativas

b. Tipo de investigación:

La investigación realizada es de carácter descriptiva-exploratoria y se abordó desde el paradigma interpretativo-simbólico porque es el que intenta comprender la realidad desde los significados de los sujetos en interacción: sólo tienen sentido en la cultura y en la vida cotidiana.

Se planteó como una investigación:

- Por la profundidad:

Exploratoria: porque se identificaron los conceptos y/o variables más relevantes relacionados con el objeto de estudio, siendo la magnitud del estudio acotado (un caso). También se fundamenta esta selección en el conocimiento que se tiene de la realidad a estudiar.

Descriptiva: porque no se manipuló ninguna variable, sólo se observaron y describieron los fenómenos culturales a investigar. Interesó qué estaba pasando sin buscar causalidad.

- Finalidad:

Aplicada: está orientada a la resolución de problemas prácticos con un margen de generalización limitada.

- Temporalidad:

Sincrónica: Se trabajó, desde octubre del 2007 a diciembre de 2008, en el Instituto Superior del Profesorado “San Pedro Nolasco”, en la ciudad de Mendoza, Argentina.

- Ámbito:

De campo: porque la propuesta fue bucear en la realidad, volver a la teoría y salir de nuevo a la realidad en busca de nuevas respuestas.

Los datos obtenidos fueron primarios aludiendo al hecho que son de primera mano, originales, sin intermediación alguna y secundarios los que se obtuvieron a partir de la lectura de la bibliografía específica.

El instrumento de recolección de datos fue una encuesta y con ella se trató de requerir información a un grupo socialmente significativo de personas acerca de los problemas en estudio, para luego, mediante un análisis de tipo cuantitativo-cualitativo inferir conclusiones que se correspondan a los datos obtenidos.

c. **Población y muestra:**

Se define población al grupo del cual se desea saber algo en el proceso de selección. Tomando como unidades de observación y de análisis a las alumnas del Profesorado de Educación Inicial del Instituto Superior del Profesorado “San Pedro Nolasco”.

La muestra es el grupo en que se realiza el estudio y corresponde a un subgrupo de la población. El criterio que se siguió para la elección de la muestra fue el “intencional” o por conveniencia, es decir, se buscaron los elementos que integraran la muestra según los objetivos, considerando aquellas unidades típicas de la población que se desea conocer porque en ellas se reconocen las características de la población en estudio.

Se trabajó con alumnas del Profesorado de Educación Inicial del Instituto Superior del Profesorado “San Pedro Nolasco”. No se consideró para los fines de esta investigación a los alumnos de los otros Profesorados que se dictan en la Institución.

La población total estuvo formada por 213 alumnas de primero, segundo y tercer año (oct.2007):

- 84 alumnas de primer año

- 69 alumnas de segundo año
- 60 alumnas de tercer año y las Prácticas

Se empleó una encuesta formalizada entregada a 69 alumnas, que fueron elegidas de forma intencional o por conveniencia, ya que estaban presentes en el horario de clases de las profesoras que permitieron, durante el dictado de sus asignaturas, la realización de la encuesta y eran parte de una comisión completa de cada año (existen por año dos comisiones).

Se estudió una muestra significativa de todo el universo ya que representa el 32% de la población total, cuyas edades oscilan entre los 18 y más de 25 años, proyectándose sus conclusiones a la totalidad del universo.

d. Materiales y métodos:

Durante la investigación se siguieron los siguientes pasos:

- a) Observación de campo previa
- b) Selección de la muestra para la encuesta
- c) Entrega de las encuestas a las alumnas
- d) Obtención de datos
- e) Análisis cuantitativo y cualitativo
- f) Triangulación de datos
- g) Conclusión

e. Técnicas aplicadas en la recolección de la información: Instrumentos de medición:

Se utilizó una encuesta formalizada: un cuestionario semiestructurado con preguntas cerradas y otras abiertas, ya que en algunos casos las entrevistadas hablan de sus prácticas y hábitos culturales reales y en otras responden sobre sus percepciones y significados.

El tiempo utilizado para su aplicación fue de 20 minutos en cada grupo y se les informó a las alumnas, previamente, que se necesitaba absoluta sinceridad y reflexión.

La aplicación de la técnica de encuesta fue anónima y sus datos fueron extraídos, codificados y archivados. La encuesta fue administrada externamente para evitar interferencias.

Cabe destacar la excelente disposición que demostraron las alumnas para realizarla, dado que, por ejemplo, en una de las ocasiones la mitad de la clase ya había ter-

minado su horario pero se quedó hasta finalizarla. Esta muestra de generosidad queda asentada, también, en que todas las encuestas fueron llenadas.

f. Descripción del marco metodológico:

El estudio de los gustos, imaginarios y consumos culturales de las alumnas del Profesorado de Educación Inicial, tiene como marco metodológico la encuesta y la muestra está conformada por 69 alumnas.

Los datos que la encuesta aportó fueron analizados teniendo en cuenta que el dato está conformado por lo que dicen las entrevistadas, que en algunos casos hablan de los consumos reales y en otros se refleja la relación imaginaria con ellos, por lo que es necesario realizar un esfuerzo para interpretarlos y ponerlos en relación con el contexto.

Esta mirada resulta importante, porque permitió detectar cuál es la relación que establecen entre cultura y creatividad; cómo se perciben dentro de esta relación y de manera indirecta sus expectativas y sus necesidades al respecto.

Los datos obtenidos fueron interpretados, en su gran mayoría, en relación a las variables de análisis duros, en el análisis cuantitativo, que se seleccionaron de acuerdo a los factores que en este caso influyen en la conducta de las alumnas. Siendo desagregados de acuerdo a la Tabla 1:

FACTORES	VARIABLES	INDICADORES
Geográficos	Ubicación	Profesorado
Socio-demográficos	Edad	
	Nivel socio-económico-cultural	Ocupación
		Grupo Familiar
		Ocupación padres
		Tiempo libre
		Otros estudios
Conductuales	Frecuencias de consumo	Diaria
		Semanal
		Mensual
		Anual

	Ocasión de consumo	
	Gustos	Preferencias
	Actitudes y creencias	

Tabla 1: Variables duras de análisis

En cuanto al análisis cualitativo, se buscaron aquellas cualidades comunes en las percepciones y significados, intentando identificar por medio de categorías, en qué forma resignifican sus propias actividades creativas.

Se cotejaron los datos con referencia a un mismo aspecto y por criterio analógico uniendo las partes aisladas en un todo que tuviera significatividad en el estudio desarrollado.

Éste estudio, que se ha propuesto como un primer nivel de acercamiento a la relación-tensión que se da entre cultura y creatividad en las alumnas que cursan el Nivel Superior no Universitario, desde la dimensión de la participación en y de las actividades creativas de los otros y la propia realización de actividades creativas, a los efectos de la interpretación, se dividió en tres niveles:

1. Nivel del contexto: este nivel permite describir el medio donde se mueven las estudiantes, considerándose la ocupación, otros estudios y actividades, con quien vive y si los padres trabajan además de las actividades que realizan en su tiempo libre.
2. Nivel de participación en y de las actividades creativas de los otros: permite apreciar si realizan actividades en las que participan en y de las actividades creativas de otros y su relación con los medios de comunicación y las nuevas tecnologías.
3. Nivel de la realización de las actividades creativas: permite analizar este aspecto según las características y criterios que utilizan las entrevistadas para identificar las actividades creativas que realizan.

Este planteo del análisis de los datos de la encuesta permitió abordar los tres objetivos específicos de la investigación:

- Conocer la realidad, verificando cuáles son los gustos, imaginarios y consumos culturales de las estudiantes del Nivel Superior no Universitario. (como integración de los tres niveles).
- Establecer características culturales en la dimensión de la participación (segundo nivel) y la realización de actividades creativas de la población en estudio (tercer nivel).

- Conocer los nuevos contextos culturales que modifican conductas y significados (en el primer nivel y especialmente en el segundo en su relación con los medios de comunicación y las nuevas tecnologías).

Resultados:

Después del análisis y la interpretación de los datos se pueden sintetizar los resultados, según la división enunciada, de la siguiente manera:

1. Nivel del contexto: este nivel detalla el medio donde se mueven las estudiantes, considerando la ocupación, otros estudios y actividades, con quien viven, las actividades que realizan en su tiempo libre y si los padres trabajan o no.

Nuestra cultura se caracteriza por la realización de actividades de tipo de lazo social y se comprobó que las formas sociales donde construyen su realidad más próxima tienen fuerza y firmeza, ya que la mayoría cuenta con un contexto familiar y de amistad que impactan favorablemente en sus vidas, lo denota la importancia que ellas les adjudican cuando contestan las preguntas.

Se interpreta por los datos signos de: contención, familiaridad y posibilidad de compartir todas las actividades con el entorno próximo. Además de tener casi la totalidad contención económica de parte de sus padres.

2. Nivel de participación de y en las actividades creativas de los otros: describe si realizan actividades en las que participan en y de las actividades creativas de otros y su relación con los medios de comunicación y las nuevas tecnologías, desde los gustos, imaginarios y consumos.

Hay una alta participación en las actividades creativas de los otros, lo que supone un conocimiento de los códigos simbólicos y “una apreciación por los logros y los productos de los que han trabajado y obtenido objetos relevantes” (Kemelmajer, J., 2003, p.11). En cuanto a las nuevas tecnologías y a los medios de comunicación: todas tienen acceso a los mismos y los utilizan con conocimiento y asiduidad (Tabla 2 y gráfico 3).

Literatura	72,46%
Teatro	28,89%
Música	100%
Cine	97,10%
Estar informadas	95,65%

Museos y Galerías de arte	13,4%
Artesanías	5,79%

Tabla 2: Porcentajes de participación por sectores

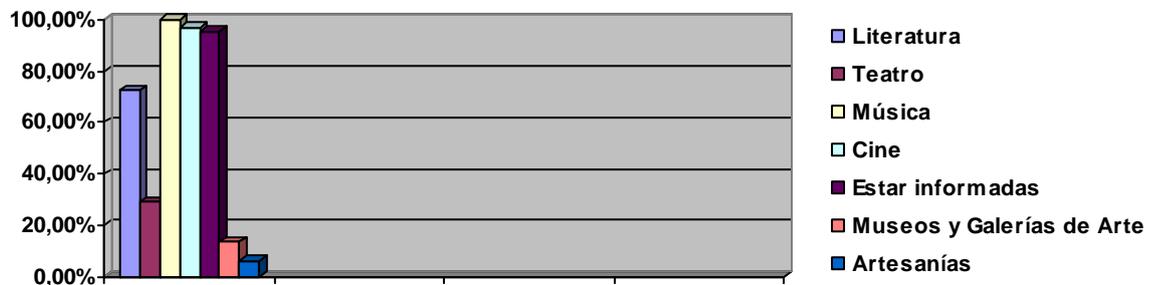


Gráfico 3: Porcentajes de participación por sectores

Existe, entonces, la posibilidad de la conquista de esa unidad de lo simbólico, lo conceptual y lo significativo a través de la “activa participación” creativa.

3. Nivel de la realización de las actividades creativas: considera las características y criterios que utilizan las entrevistadas para identificar las actividades creativas que realizan.

Predominan en ellas los imaginarios colectivos: de que las actividades creativas se reducen a las manualidades, que su trabajo no es una actividad creativa y que no realizan, en general, en su vida diaria este tipo de actividades.

Se puede distinguir y considerar que el resultado es pertinente con relación a las categorías encontradas en un análisis cualitativo (Tabla 4):

Confunde actividades recreativas con actividades creativas	21,42%
La realización de actividades creativas es parte de su trabajo como Profesora de Educación Inicial	10,71%
Engloba en manualidades a diversas actividades creativas	42,85%

Tabla 4: Categorías de análisis

Además, se puede presentar una visión más amplia, enmarcando las respuestas en los sectores y subsectores en que se dividen las actividades creativas incluidas en el estudio:

- Sector Literario (incluye escritores, talleres literarios, bibliotecas): la mayoría lee libros que no tienen que ver con la profesión, que les gustan las novelas, lo romántico, las poesías y el suspenso, con una frecuencia mensual. Tienen acceso a través del préstamo de conocidos y no van mucho a las bibliotecas públicas. Una sola persona confiesa que escribe.
- Sector de las artes escénicas: -Teatro (incluye grupos, dramaturgos, directores) y - Danza (incluye bailarines, coreógrafos, directores): a pesar de lo que pueda pensarse casi un cuarto de la muestra participa de actividades de teatro y de danza, algunas practican danza y la reconocen como una actividad creativa.
- Sector de las artes plásticas (incluye artistas, espacios de exposición, de comercialización):-Tradicionales: como pintura, escultura, grabado y - Contemporáneas: fotografía, arte objeto, videoarte, instalaciones. No manifiestan demasiado interés por participar en y de las actividades de los otros lo mismo que realizarlas como actividad propia.
- Sector de la música (incluye compositores, músicos, grupos, espacios): (subsector:- Espectáculo en vivo): todas las encuestadas escuchan música, por radio y por CD habitualmente y confiesan que les gustan los temas melódicos, el rock y la música pop, ninguna compone pero una canta en un coro. Les gusta concurrir a los espectáculos musicales en vivo.
- Sector de las artesanías: los paseos de artesanías y las ferias son reconocidas como lugares de participación en las actividades creativas de los otros y que las realizan de forma personal, en un alto porcentaje, considerándolas como manualidades.
- Sector de medios de la comunicación:-Ediciones periódicas y revistas, Radio, Televisión: este sector es ampliamente conocido por las encuestadas, quienes se informan por Internet y por el diario. Usan, además habitualmente, Internet para estudiar y como entretenimiento y se comunican por medio del celular, el teléfono y el Messenger.
- Sector audiovisual: -Cine: casi todas miran películas especialmente en DVD y por la TV por cable, con una frecuencia semanal.
- Otros sectores como museos, archivos, etc: este sector es poco mencionado.

Discusión y Conclusión

Con los resultados obtenidos se confirman los supuestos formulados, pudiendo inferir que se relacionan muy bien con la cultura y la creatividad como algo ajeno a ellas, pero que en la realización de actividades creativas propias, un importante imaginario sombrea el panorama: existe la tendencia a identificar a la persona creativa con el otro y no con ellas mismas.

Llama la atención que, aún cuando su capital social y cultural sea importante, no exista esta conexión entre sus personas y la creatividad y menos aún, con su práctica docente diaria, lo que muestra una necesidad de un futuro desarrollo en este campo para satisfacer expectativas.

Porque, haciendo una reflexión más profunda, el gusto por las actividades creativas de los otros puede mostrar que:

- Lo que falta es sólo libre expresión de esta creatividad, que se encuentra latente y necesita de oportunidades para “activarse”, porque, a veces, (aunque se podría decir: casi siempre), esta latencia se debe a formas represivas existentes en la educación formal en todos sus niveles, es decir que al responder reproducen los imaginarios vigentes. La educación no ha incorporado en sus procesos de enseñanza y de aprendizaje los cambios no dando cuenta de ellos y se ha mantenido al margen, ha continuado despersonalizada y con contenidos vacíos de significado y de capacidad de producción de sentido.
- Es también una actividad creativa en sí misma, en la permanente construcción de lo común; del dialogar desde esa identidad cambiante y sin embargo, siempre la misma: la que da la posibilidad de “un nosotros” construido en el encuentro con el “otro”, que ayuda a resignificar las propias capacidades creativas destruyendo la reproducción de imaginarios cercenadores de las mismas.

Aún, cuando se reconoce que se habla de cultura como estrategia hegemónica legitimada y de que son resistencias, a dicha dominación, los usos y consumos y las resignificaciones; que se dice que los medios masivos de comunicación son mediaciones legitimadoras y además, que las nuevas industrias culturales favorecen producciones de dudosa calidad, pero no se dice que crean condiciones para nuevas expresiones creativas.

Hay que considerar que la identidad está, también, constituida por lo que se consume, que diferencia de los otros, que produce una integración a ciertos grupos y hace pertenecer y comunicarse en ellos, lo mismo que se distingue a los otros por lo que consumen (en el sentido en que ha sido utilizado en este estudio) y que, por lo general, muestra una determinada postura en y dentro del mundo.

En la actualidad los consumos están muy mediatizados por los mass-media y las nuevas tecnologías, que persuaden de la importancia o no de abrazar una determinada forma de vida, a la que, no todos pueden acceder. Este mecanismo perverso hace que los procesos culturales en el interior de los grupos sean, en su mayoría, manejados desde el exterior y que por su simultaneidad y porque la expresión de significados tienen sentido en el “grito”, “en la incitación”, pasan desapercibidos en ellos, que se dejan persuadir sin cuestionar.

Algunos autores, sin embargo, no aceptan este determinismo y dicen que los sujetos, especialmente en las grandes ciudades, lo que comparten son estilos de vida que

se diferencian entre sí: por los valores y actitudes, las actividades, las opiniones y los intereses.

Estos valores, no es posible no reconocerlo, se han visto modificados por los medios masivos de comunicación y las industrias culturales con sus modelos discursivos y que aunque aparezcan desde los grupos de pertenencia, lo crítico ha quedado relegado a causa de lo persuasivo.

Su estudio requiere una mirada multidireccional. No sólo han cambiado la comunicación y sus códigos; ha variado la percepción y las significaciones tempoespaciales; las relaciones humanas, con el preocupante valor agregado: que no existe contención cultural para las manifestaciones agresivas, que hay un desplazamiento de las apreciaciones ético-morales (que se confunden y superponen), que todo aparece como que ya no existen límites que transgredir ni mundos que “crear”.

Y es aquí, peligrosamente, donde los jóvenes crean sus propios “acontecimientos”: con violencia y hasta muerte, que se graba para ser transmitida por Internet. Pero es, también, aquí donde se pueden encontrar oportunidades para una inclusión cultural y social, si se toma conciencia de su importancia.

Desde la educación, se deben poner en valor algunas de las formas de relación que se ven comprometidas en esta tensión entre creatividad y cultura, siguiendo a Vygotsky (1998) que dijo:

“...cuanto más vea, oiga y experimente, cuanto más aprenda y asimile, cuantos más elementos reales disponga en su experiencia, tanto más considerable y productiva será, a igualdad de las restantes circunstancias, la actividad creadora” (p.18).

La creatividad es inherente a la vida de todos los seres humanos, pero sólo algunos la convierten en el sentido y medio de sus vidas y el resto opta, de acuerdo al contexto que le rodea y que lleva a potenciar o no la creatividad, por la realización de actividades creativas en el tiempo libre, como hobby, o como una forma de vivir la profesión y su humanidad.

Además, de ocupar el lugar de público que accede a la actividad creativa y los productos creativos de los primeros. Este acceso, permite tomar conciencia de las propias posibilidades, conocer e ir dominando los códigos y “apreciar los logros de los que ya han trabajado y obtenido productos relevantes” (Kemelmajer, 2003, p.11).

Lazzarato, (2003, p.70), dice:

“...implica pues, un doble proceso de desobjetivación que abre a una nueva producción de subjetividad, que concierne tanto a la singularidad que produce algo nuevo como al público que participa en esta cocreación y la prolonga, ya que ambos deben escapar a los hábitos establecidos (a lo social), a las alternativas binarias que imponen...”(en Martínez, 2008, p.2).

Es necesario, hacer un diagnóstico, desde los propios actores, que permita entrever una bajada a la realidad, "...tomando a la cultura como construcción, en su dimensión simbólica y articuladora de los lazos sociales que hacen posible la trama de intercambios significativos en una comunidad" (Benito, 2008, p.6), desestimando con ello que la educación en la creatividad es una utopía.

La creatividad desarrolla una personalidad autónoma y crítica, que puede producir un quiebre en la homogeneidad que se esconde bajo los proclamados enunciados de "libertad", "respeto por la diversidad", "heterogeneidad cultural"... etc., creando focos de resistencia a las presiones hegemónicas, a las representaciones sociales cerradas, restringidas y cercenadoras de la creatividad y "acontecimientos" para mundos posibles e inclusivos en una cultura transformadora de los significados y de los "sin sentido".

Lo que implica un desafío importante: la educación como puente, como respuesta a la rapidez de los cambios, a la incertidumbre, a un progreso sin precedentes en la tecnología y los medios de comunicación que se están dando en el contexto socio-económico y cultural. Agregando, además, la gran diferencia en los tiempos que corren: la velocidad con la que el sistema "engulle" y despoja de su significación, de su fuerza, de su potencial para el cambio a todo aquello que lo cuestiona.

En consecuencia, de este estudio, surgen las siguientes propuestas de transferencia:

- Incorporar a las estrategias de enseñanza soportes y medios acordes a la cultura juvenil.
- Ampliar el espectro de realización de actividades creativas y acceso a los bienes culturales en la cotidianeidad educativa.
- Crear espacios de reflexión y discusión para alentar la formación de un espíritu crítico frente a lo impuesto desde los medios de comunicación y las nuevas tecnologías.
- Como base de otras investigaciones al respecto.

Aún, cuando debemos reconocer que incorporar efectivamente a la creatividad en las prácticas educativas presupone: "... hacer cambios profundos en las formas de acceder, construir, producir, transmitir, distribuir y utilizar el conocimiento..." (Revista Cognición, 2008, p.11).

Referencias bibliográficas:

Álvaro, J.; Garrido, A. (2003). *Psicología Social*. Madrid: Mc Graw Hill.

Barone, C. (2008). No sé qué hacer con mi vida. *Revista CONSUDEC*. 1071, 10.

- Baroni, M. (2001). Grupos sociales e gustos musicales. En Bobbio, D. (2007). *Gestión de las Actividades Artísticas y Culturales*. Córdoba. UBP.
- Beaulieu, P., Bobbio, D., Di Marco, G., Marchiaro, P., Barrandaguy, J. y Ortíz, M. (2007). MÓDULOS de la *Diplomatura en Producción y Gestión Cultural*, (2007). Córdoba: UBP.
- Benito, K., Gruber, R., Kriger, M. y Martínez, M. (2008). *Construcción de Proyectos en Ciencias Sociales: Investigación cualitativa, Acción Social y Gestión Cultural 2*. CAICYT CONICET (<http://ecursos.caicyt.gov.ar>). Clases y Foro.
- Bobbio, D. (2007). *Gestión de las Actividades Artísticas y Culturales*. Diplomatura en Producción y Gestión Cultural. Córdoba: UBP.
- Capitanelli, M. S., Fader, M., Kemelmajer, J. y Porcar, M. (2002). *Técnicas de Creatividad*. UnCuyo. Mendoza: efe.
- Fader, R. (2005). *Creatividad y expresión musical*. UnCuyo. Mendoza: Efe.
- Fresquet, A. y Porcar, M. (Compiladoras). (2005). *Construir, Deconstruir, Reconstruir. Tiempo de Creatividad. Vol I*. Mendoza: efe.
- http://www.tendencias21.net/ciclo/Manifiesto-para-la-creacion-de-un-modelo-pedagogico-integral_a70.html, consultado el 14 de octubre de 2009
- Kemelmajer, J. (2003). *Creatividad y Movimiento expresivo*. UnCuyo. Mendoza: efe.
- Lazarato, M. (2003). Lucha, acontecimiento, media. En Martínez, M. (2008). *Construcción de Proyectos en Ciencias Sociales: Investigación cualitativa, Acción Social y Gestión Cultural 2*. CAICYT CONICET (<http://ecursos.caicyt.gov.ar>), consultado en octubre de 2008.
- MARCO GENERAL DE LA FORMACIÓN DOCENTE DE NIVEL INICIAL Y EPB, (2007). La Plata. Argentina.
- Gergen, (2002). El hombre saturado. En Maxit, A. (2004). Notas al margen. Buenos Aires. *Revista CONSUDEC*. 973, 12-13.
- MATERIAL impreso de las asignaturas de la Licenciatura en Creatividad Educativa. (2004 -2007). Facultad Educación Elemental y Especial. UnCuyo. Mendoza. Argentina: eFe.
- Obiols, G. (1997). *Lógica y Filosofía*. Buenos Aires: Kapeluz.
- Observatorio 4: Dossier | Consumos Culturales. *Revista Oic - Observatorio de las Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires*, on line, consultada el 15 de septiembre de 2007 de <http://www.buenosaires.gov.ar>
- Orihuela, J. (2005). Cibercultura. *EDUCARED*. web de educación online. Artículo consultado en nov.2005 de <http://www.educared.org.ar>

- Porcar, M. y Soler, M. (2004). *Los procesos del pensamiento creativo*. UnCuyo. Mendoza: efe.
- Porcar, M. (2003). *Solución Creativa de Problemas*. UnCuyo. Mendoza: eFe.
- Prado Diez, D. de (2001). *Educrea(te): la creatividad motor de la renovación esencial de la educación*. España. Santiago de Compostela: Creación Integral. SRL.
- REVISTA *Cognición* (2008).11, on line, consultada el 09 de setiembre de 2008 de <http://www.cognición.net>
- Rotbaum, G. (2007). Las encuestas sobre consumos culturales en Argentina y en la ciudad de Buenos Aires. *Revista Oic - Observatorio de las Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires*, on line, consultada en setiembre de 2007 de <http://www.buenosaires.gov.ar>
- Santos Guerra, M. (1984). *Imagen y educación*. Madrid: Ediciones Arcaya/2. S.A.
- Vigotsky, L. (1998). *La imaginación y el arte en la infancia*. México: Fontamara.
- Wortman, A. (2007). Cultura y nuevas tecnologías. *Revista Oic - Observatorio de las Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires*, on line, consultado en setiembre de 2007 de <http://www.buenosaires.gov.ar>
- PND (2004). Sobre la libertad cultural en el mundo diverso de hoy. En Bobbio, D. (2007). *Gestión de las Actividades Artísticas y Culturales*. Córdoba. UBP. Capítulo 7.2. de [http:// www.undp.org](http://www.undp.org).
- www.consumosculturales.gov.ar
- www.gestioncultural.org