

Hacia la Universidad Creativa

Ronald Barnett, Institute of Education, London ()

University of Buenos Aires, 28 April 2015

www.ioe.ac.uk



Centre for Higher
Education Studies

Nuestra Perspectiva

- La era de la universidad creativa recién comienza. (Michael Peters and Tina Beasley (eds), Introducción, 'The Creative University', en prensa.)
- La idea de una universidad creativa, implica – por lo menos – 5 niveles. Solo es plenamente realizada cuando se desarrollan todos ellos:
 1. Una creatividad epistémica.
 2. Una creatividad pedagógica.
 3. Un aprendizaje creativo.
 4. Un ambiente creativo.
 5. Una creatividad reflexiva.

Este último nivel – la creatividad reflexiva- es escasamente reconocida. Es en sí misma un asunto complejo, que merece algunos análisis.

1. Creatividad epistémica

Creatividad en:

- Investigación (por ejemplo, nuevas actividades de investigación, nuevos centros de investigación)
- Generación de conocimiento (creatividad en las ideas y hallazgos que emergen como resultado de investigaciones realizadas en la universidad)
- Amplia actividad académica (por ejemplo, seminarios y conferencias que funcionan como foros para impulsar la creatividad en determinados tópicos)
- Nuevas modalidades de investigación; y de conocimiento en sí mismo. (no sólo los modos 1 y 2)

Es una cuestión problemática como el ethos de la creatividad puede ser desarrollado en/por una institución. Por ejemplo, el ethos del quiebre de los límites (Kuhn); o de la fecundidad (Feyerabend). Eso quiere arriesgarse, estar actualizado e interconectado, sin mencionar la necesidad de tener una masa crítica de investigadores (es decir, no es sólo cuestión de esfuerzo personal.)

¿El clima institucional impulsa el riesgo y el quiebre de límites? ¿Hay sanciones – académicas/administrativas- por transgredir los límites?, ¿Qué sucede respecto de la investigación interdisciplinaria? (otra cuestión aquí es la distribución de recursos en el campo de la Educación Superior)

2. Creatividad Pedagógica

Creatividad

- En el diseño curricular:
 - ¿En qué medida existen espacios asignados a la creatividad? ¿O es la misma es un supuesto permanente e implícito en el curriculum?
- En los procesos pedagógicos:
 - ¿En qué medida es extenso el entendimiento en las disciplinas de base científica y tecnológica (incluso entre los profesionales que las dominan, como los médicos)? ¿O es la creatividad reducida a un asunto de las artes y las humanidades?

N.B: La creatividad pedagógica no es sólo una cuestión de desarrollo tecnológico sino que también esta implicada en, por ejemplo, las relaciones pedagógicas, en la autonomía alcanzada por los estudiantes, en los espacios de aprendizaje, y en los objetivos del curriculum.

3. Aprendizaje creativo

Esto se articula con la creatividad pedagógica, pero involucra específicamente la creatividad de:

- Los estudiantes y la realización de sus aprendizajes

Se plantean preguntas como:

- ¿Cuánto se los estimula para ser creativos?
- ¿La creatividad es contemplada en la fundamentación de los cursos y en la descripción de los logros de los estudiantes?
- ¿Los estudiantes entienden la situación pedagógica como un espacio creativo?
- ¿Cómo se evidencia la creatividad en la relación pedagógica?
- ¿Está contemplada la creatividad en las asignaturas? ¿Cómo es juzgada o evaluada?

4. Un ambiente creativo

Se evidencia a la Universidad como ambiente creativo en las formas en las que interactúa con su contexto ampliado. Por ejemplo:

- En sus actividades internacionales y transnacionales
- En sus conexiones con las esferas profesionales y empresariales.
- En los modos en los que se articula con la comunidad.

(Asuntos como el modo 2 de conocimiento, límites débiles y fluidez, la 'universidad líquida'.)

5. Creatividad Reflexiva

Esta “creatividad de la creatividad” es evidente en el desarrollo de la capacidad de entenderse a sí misma que despliega la universidad. Esto se evidencia por ejemplo:

- En la formación de evidencia empírica sobre sí misma y en su desarrollo basado en políticas y estrategias.
- En la crítica a sus propias actividades.
- En su apertura a una amplia discusión sobre sus posibilidades futuras.

Aquí se abre la posibilidad a una creatividad reflexiva, en la que la Universidad puede considerar ideas imaginativas sobre sus posibilidades en el mundo.

Comparando los niveles de creatividad

- El quinto nivel– la creatividad reflexiva– es fundamental porque puede engendrar los otros niveles de creatividad.
- Los demás niveles de creatividad pueden verse reducidos, a menos que haya un espíritu de creatividad a nivel de la Universidad misma.
- No hay condiciones para los otros niveles de creatividad – porque la universidad es una colección de espacios, con sus propios poderes de creatividad – pero sí se los puede impulsar, auspiciar, reforzar.

¿Y qué hay sobre la tecnología?

No hay creatividad tecnológica por ejemplo:

- En el diseño de programas (MOOCs)
- En los acuerdos de aprendizaje (blended learning)
- En las pedagogías (lecturas interactivas)
- En investigación (bases de datos de acceso público)
- En las funciones administrativas (vigilancia/monitoreo)

No es realmente un sitio para la creatividad en sí misma, pero sí está asociado a los espacios de la creatividad.

Dos lecturas sobre la creatividad

¿Por qué la creatividad es una cuestión actual? Dos lecturas:

-Una lectura pesimista

- La creatividad es un camino que lleva a la ‘universidad exitosa’ en una economía de mercado competitiva

-Una lectura optimista:

- La creatividad es un camino para reconectar la “universidad” con el universal de la libertad. A través de la creatividad en cada nivel (los estudiantes, las pedagogías sobre el aprendizaje, el curriculum, la investigación, las becas, el funcionamiento general universitario), la universidad y sus miembros podrían autorealizarse completamente.

Estructura profunda de la creatividad

Para volver a la pregunta fundamental: ¿Por qué el tema de la creatividad es tan importante en este momento?

Hay estructuras profundas que están operando en la universidad, que están directamente involucradas en el tema de la creatividad. Esto habilita dos lecturas posibles de la situación, una pesimista y una optimista

- Lectura pesimista: los horizontes de la universidad se están cerrando, y las posibilidades de la creatividad disminuyen (pérdida de la universalidad, vinculado con el “aquí y ahora” en la era mercantilizada; modo 2 de conocimiento; el tiempo se acorta y acelera, por ello el espacio para la creatividad va decreciendo)
- Lectura optimista: en la era de la globalización, de la economía digital, en una época en la que hay porosidad entre la universidad y su ambiente circundante, el espacio y el estímulo para la creatividad se amplía. Los horizontes se expanden, aparecen nuevas dimensiones, nuevos reclamos emergen.

Creatividad reflexiva revisada

La creatividad reflexiva hoy se vuelve un asunto de:

- La universidad que tiene la capacidad de reflexionar sobre sí misma y sus propias posibilidades.
- Los procesos de autocrítica colectivos.
- La autovaloración

Todo ello observando sus posibilidades, tanto hacia adentro como hacia afuera.

La universidad está entonces en un proceso perpetuo de devenir (becoming)

(Esta idea de creatividad reflexiva está en consonancia con las ideas de universidad de Derrida (universidad sin condición), Habermas (situación discursiva ideal) MacIntyre (el debate sobre el fin y las virtudes de la universidad), *Readings (universidad del disenso, pero esto toma lugar junto a otras formas de creatividad)*

Dos niveles de reflexividad creativa

Hay que distinguir entre:

- La universidad imaginativa
- La universidad que imagina

La universidad imaginativa es una universidad que actualmente produce ideas creativas sobre sus posibilidades.

La universidad que imagina, es una universidad que ha pensado estos procesos, les ha dedicado tiempo y atención, de forma tal que se vuelve una universidad que tiende a reimaginarse a sí misma.

Condiciones para la universidad creativa

1. Apertura cognitiva y de pensamiento.
2. Límites débiles entre las disciplinas y los departamentos, y entre la universidad y el exterior a ella. Por ejemplo, intercambios intelectuales/ aperturas comunicativas.
3. Amplitud. la amplitud conceptual depende de la amplitud de trabajo. Por ejemplo: las implicancias de la carga de trabajo y la gestión del rendimiento
4. Ethos de confianza (por ejemplo, la confianza en los académicos y sus producciones)
5. Autocrítica institucional.
6. Buena predisposición y convivencia (mutuo reconocimiento)

De todas formas, algunas de estas condiciones se ven crecientemente amenazadas (por la competencia interna y externa, y por la desconfianza administrativa)

Conclusiones

- La universidad creativa es una idea que tiene aplicaciones en varios niveles del funcionamiento de la universidad - a nivel del conocimiento, del aprendizaje, de las personas -. La creatividad es un asunto del sistema, no sólo de los individuos.
- Esencialmente, esto puede aplicarse a la universidad como una institución en sí misma.
- Este nivel- el de la creatividad institucional- tiene un “atractivo agregado” que hace más deseable su desarrollo: sin ella los demás niveles de creatividad no pueden desplegarse.
- La relación entre los diferentes niveles de creatividad universitaria no son todavía comprendidos en su totalidad: ¿es uno necesario para los otros?, ¿es la creatividad epistémica dependiente de algún tipo de creatividad institucional?
- La institucionalidad creativa es en sí misma una noción compleja.
- Algunas de sus dimensiones estan actualmente siendo analizadas.
- Pero también hay señales claras de su expansión.
- Podría haber espacio para la realización de la universidad creativa, incluso más aún que en etapas previas.



Institute of Education
University of London
20 Bedford Way
London WC1H 0AL

Tel +44 (0)20 7612 6000
Fax +44 (0)20 7612 6126
Email info@ioe.ac.uk
Web www.ioe.ac.uk