



CÓMO MOTIVAR A LOS ALUMNOS Y DESARROLLAR LA CREATIVIDAD EN EL AULA

Encarnación Rodríguez Lima
Maestra especialista en Educación Infantil

Si la motivación es el hecho de seleccionar -consciente o inconscientemente- un motivo que nos ayude a nosotros a nosotros mismos o a los demás a realizar una acción o un conjunto de acciones encaminadas a un objeto digno de ser alcanzado, entonces el aprendizaje, para que sea efectivo del todo, necesita motivos al igual que necesitamos razones.

Motivo, del latín “motivus”, en relación al movimiento, es algo que nos mueve o podría mover a que emprendamos los citados actos. Y motivación, consiguientemente, el estado anímico impulsor que aquella realidad atractiva ocasiona en nosotros, dando lugar normalmente a una tendencia productiva.

Referido al proceso didáctico, motivar al aprendizaje es poner a los alumnos y alumnas en condiciones de que aprendan, para lo cual existen una serie de estrategias que conviene conocer y llevar a la práctica si de verdad queremos comprobar un aprendizaje incentivado en nuestros alumnos, al tiempo que advertimos un escenario de aprendizaje en donde los alumnos superan las dificultades de contextos inhibidores de la automotivación o soterrados de la motivación grupal.

1-. MOTIVACIONES Y NECESIDADES EDUCATIVAS.

Un motivo casi axiomático de lo que hacer pedagógico es la afirmación de que “la educación debe satisfacer las necesidades del educando”; quien se atreviera a discutirlo podría ser tildado de ignorante o, incluso, hereje. Pero la cuestión importante no es tanto la afirmación indicada cuanto el determinar cuáles son las necesidades a las que la educación debe dar respuesta y, sobre todo, cuál es el origen de tales necesidades. Justo aquí hay que ponerse de acuerdo.

Las necesidades son tan variadas y variables que habría que hacer un exhaustivo estudio de la persona y sus circunstancias para comprender sus necesidades o, en algún momento, demandas. En este punto es en donde la motivación puede entrar en juego, hacer las necesidades suyas y actuar en consecuencia, de una manera adecuada diríamos. Pero, hay que insistir, las necesidades son muy volubles, por cuanto se van modificando con el tiempo y los acontecimientos. Por ejemplo, la misma educación despierta necesidades educativas.

En el ámbito de la perfectibilidad del ser humano las necesidades pueden ser interminables, al igual que las estrategias que podemos lograr para dar respuestas a las mismas. En este sentido, acumular oportunidades está en el camino de la satisfacción a las necesidades más cercanas al ser, entonces estaremos ante personas más educadas y motivadas para un mayor desarrollo.

Todo lo dicho no excluye el principio general que partir de las necesidades garantiza la motivación del educando hacia el proceso de aprendizaje y educativo en general. Esta cuestión es objeto de la máxima preocupación actual entre los profesionales de la educación, que a menudo comentan la dificultad de motivar al alumno hacia las tareas escolares. Muchos de estos profesionales caen, incluso, en la desesperación. Actualmente un problema relacionado con esta actitud docente es el llamado “malestar docente”, toda la cuestión relativa al “profesor quemado”, en donde la motivación juega un papel fundamental, tanto en cuanto a cómo motivar a los alumnos, cuanto como encontrar suficientes motivos para trabajar con ilusión cada día.

En esto, no cabe entender la configuración de personalidad como ausencia de dirección y acción personal, en un empeño por cumplimentar tareas y obligaciones que de una manera interna y externa el hombre va contrayendo a lo largo de su vida. Aquí, encontrar significado de las acciones da un valor situacional, permanente y profundo a la propia vida, lo que conduce mejor a la planificación de nuestras intenciones y necesidades.

Es todo esto lo que implica considerar la presencia de motivaciones que, en otra excepción, nos llevaría a entenderlas como toda condición interna en el individuo que le induce a la acción o el pensamiento. Tal grado de motivaciones son imprescindibles para la configuración de la personalidad. Ocurre que, no obstante, es ya sabido que la condición interna no actúa sola, sino que interactúa de una manera natural con los valores que rodean al sujeto, planteando mayores y mejores oportunidades, necesidades y fuerzas que hay que satisfacer y desarrollar, o todo lo contrario.

Evidentemente, si nos planteamos conocer qué fuerzas, necesidades, motivos, impulsan al ser humano a la acción, a realizar determinados comportamientos y elaborar ciertos estilos de vida, si nos interrogamos, en fin, por el origen mismo de la conducta humana, penetramos en el complejo ámbito de la motivación.

2-. TIPOS DE MOTIVACIÓN.

Reduciéndose la motivación a la orientación y activación de la conducta, hay que llegar al convencimiento de que siempre existe alguna motivación para actuar. El problema se plantea cuando tal motivación no se dirige hacia el aprendizaje o hacia la adopción de los valores que propone la educación. Es aquí cuando el educador se halla en el desafío de despertar la motivación en tal dirección.

La motivación es, pues, mucho más importante de lo que a simple vista se podría apreciar: no solo nos acerca al aprendizaje, sino que genera o retroalimenta nuestra capacidad para aprender. Por tanto, como tal tiene un papel muy positivo en el rendimiento, por lo que el profesor debe tenerla muy en cuenta tanto en el diseño como en el desarrollo curricular.

Habitualmente se distingue entre motivación intrínseca y motivación extrínseca, tratando de diversificar el origen y causa de las mismas, con vistas, además, para su mejor desarrollo. Vamos a estudiarlas brevemente:

a) *Motivación intrínseca*

Es aquella que surge como consecuencia de la satisfacción que produce la misma actividad, en nuestro caso podría ser el aprendizaje. Dicho de otra forma, la motivación puede ser intrínseca si es en sí misma el móvil para realizar una tarea porque nos causa satisfacción o despierta nuestro interés. Es el caso del aprendizaje, aquí tendríamos el deseo por comprender, asimilar, debido a lo gratificante que esto nos resulta.

b) *Motivación extrínseca*

Esta es debida a factores externos a la misma actividad que se pretende, tal es el caso de los premios y castigos. En este caso, la motivación puede ser extrínseca cuando se mueve hacia la consecución de algo por las ventajas que nos puede soportar. Ese algo tiene un claro origen externo y en este caso el móvil será ajeno al interés de la acción que se realiza, como por ejemplo, el de quien estudia para aprobar, din encontrar otro grado de satisfacción en ello.

Además, debemos tener en cuenta que también se da el hecho de la motivación intrínseco-extrínseca, siendo consciente del complejo origen, en ocasiones, de la motivación. Este es el caso del sujeto que combina ambas dependiendo de la intensificación de una o de la otra, del momento y de las circunstancias; de su estado anímico, por ejemplo, aun dentro de la misma materia o del mismo tipo de trabajo.

La razón de ser de esto es porque hay sujetos orientados hacia metas de aprendizajes y sujetos orientados hacia metas de rendimiento. Los primeros son más propensos a la motivación intrínseca y los segundos a la motivación extrínsecas. Por otro lado, hay sujetos centrados en la tarea y sujetos centrados en el yo. En este caso los primeros también están más inclinados a la motivación intrínseca y los segundos a la extrínseca. De todos modos, en ambas respuestas existe la posibilidad de que cualquiera que sea la modalidad de inclinación de que se trate, el alumno en cada caso no tiene por qué utilizar un solo tipo de motivación.

No cabe duda de que entre ambas, la motivación intrínseca es mucho más valiosa y también más compleja. Dentro de ella tenemos la motivación emocional o afectiva, de grandes repercusiones, entendida como la inclinación más o menos intensa que produce en el alumno la alabanza o la censura, es decir, la satisfacción o la insatisfacción que puede experimentar. Este tipo de motivación, junto con la intelectual (apoyada en el conocimiento de los resultados), suele ser la más conveniente según las investigaciones al respecto.

Hoy, sin embargo, alcanza un gran relieve también la motivación social derivada del trabajo en equipo. Se la considerada antes apoyada fundamentalmente en la emulación, o el hecho de compararse con otro procurando igualarse o superarle. Hoy es sustituida por la autoemulación en vista del menor valor formativo de la primera, que fácilmente podría llevar a la exaltación del yo y al menosprecio de los valores sociales.

Por tanto, resulta más eficaz fomentar el espíritu cooperativo que el de competición, procurando que el sujeto aporte algo valioso para el grupo o

dando la posibilidad de que los distintos estudien un mismo contenido desde ángulos diferentes.

3-. MEDIOS PARA CONSEGUIR UNA MOTIVACIÓN ADECUADA.

En el marco de la teoría cognitiva del aprendizaje, la motivación pasa a ser un elemento crucial, en el sentido de que la construcción de aprendizajes significativos supone:

- La construcción de los nuevos conocimientos que se incorporan a las estructuras conceptuales ya existentes.
- Se da una organización de las estructuras ya poseídas.
- Un intento de dar sentido al mundo.
- La atribución de dar sentido al mundo.
- La fácil obtención de una motivación intrínseca en el alumno.

Así, cada nivel en el desarrollo de las personas requiere un ajuste en la motivación, porque no todas reaccionan siempre del mismo modo ante los mismos estímulos. El profesor, además, debe preocuparse por proporcionar información a los alumnos, no solo en lo que se refiere al conocimiento de sus éxitos a fracasos, sino también de las metas a conseguir, las actividades que se van a realizar y los resultados de las evaluaciones, la selección del material con el propio alumnado, etc.

En el ámbito de las tareas, éstas ni tan difíciles que desmoralicen ni tan fáciles que no interesen luchar por conseguirlas. El profesor puede motivar a través de preguntas, observaciones, etc. Poniendo al alumno en condiciones de pasar por su cuenta a través de un ambiente de reflexión y participación. De este modo, contribuye a entrelazar las motivaciones de unos y otros, constituyendo así una verdadera comunidad educativa y de aprendizaje en medio de un clima estimulador.

Si bien esto, el profesor no sólo debe conocer los motivos del alumno y fomentar sus motivaciones en lo que tengan de positivas, sino también impulsarlas y contribuir a su creación. Podemos proponer en esta línea algunos de los cauces para conseguirlo.

3.1. Repercusiones de las expectativas del profesor en el alumno.

No cabe duda de que las expectativas que el profesor tiene acerca del alumno influye grandemente en la conducta de éste. Dicho de otra forma, el prejuicio artificial del profesor actúa de manera determinante en el comportamiento del estudiante. Es así que una de las conclusiones fundamentales para que el alumno o clase adelanten y progresen es la de que el profesor crea en ellos. La motivación desde el punto de vista del alumno quedará centrada en las muestras de alegría, curiosidad, originalidad, adaptabilidad que muestran.

3.2. Importancia del autoconcepto positivo.

De lo anterior se desprende claramente la repercusión que tiene en el sujeto de aprendizaje la valoración positiva del profesor, que aumenta su autoestima y, creyendo en sí mismo, se potencia como persona y como estudiante. Sirva esta lista para orientar las acciones del profesor para mejorar el rendimiento y el volumen total de la motivación: usar el elogio más que la crítica o esta última adecuadamente empleada, respetar y utilizar ideas de los alumnos, hacer muchas preguntas sobre la materia objeto de aprendizaje, comprobar y revisar los trabajos y ejercicios realizados,

presentar los contenidos y las preguntas sobre los mismos de forma clara, mostrar entusiasmo por su trabajo y por las distintas materias de enseñanza, dedicar tiempo al trabajo, etc.

3.3 Aprendizaje significativo.

Los estudiantes más motivados intrínsecamente tratan de hacer significativo el aprendizaje leyendo mucho e interrelacionando lo nuevo con el conocimiento previo relevante. En esta línea podemos situar las ventajas que tiene para la motivación intrínseca el pensamiento creativo.

3. 4. Motivar a través de los valores.

El elemento central de la motivación se halla precisamente en esta relación entre el valor y la persona. A partir de aquí se produce una tendencia y polarización del esfuerzo para alcanzarlo. En la dinámica psicológica de la motivación hay tres momentos esenciales: a) toma de conciencia del valor; b) relación de la persona con el valor ubicándolo en su nivel de aspiración; c) impulso y polarización del esfuerzo para el logro del valor aprehendido y deseado.

3.5. Procedimientos de motivación tradicionales

Citamos algunos de los más conocidos: correlación con la realidad, reinterpretación de la experiencia previa, éxito inicial, fracaso ocasional con rehabilitación, participación activa y directa de los alumnos, trabajo socializado, estímulo personal en entrevistas de formales o informales, etc.

3.6. Estrategias didácticas para la motivación

Pueden ser utilizadas por profesores y alumnos como elementos motivadores. Algunas de ellas son: presentación de contenidos de forma atractiva, trabajo bien distribuido en el tiempo, que el alumno aprenda a pensar, uso de medios e instrumentos potenciadores del aprendizaje, etc.

4- ¿QUÉ ES LA CREATIVIDAD?

Etimológicamente “crear” es dar existencia a algo o producirlo de la nada, establecer relaciones hasta ahora no establecidas, con miras a determinados fines.

Pese a que la creatividad ha sido considerada como un tipo especial de inteligencia que contribuye a dar solución a determinados problemas de manera singular, el caso es que se ha dado más importancia a la inteligencia que a la propia creatividad. La creatividad puede ser considerada como un proceso que vuelve a alguien sensible a los problemas, deficiencias, grietas o lagunas en los conocimientos, y lo lleva a identificar dificultades, buscar soluciones, hacer especulaciones o formular hipótesis, a probar y comprobar esas hipótesis, a modificarlas si es necesario y a comunicar los resultados.

También puede entenderse a la creatividad como una forma de solución de problemas, mediante intuiciones o una combinación de ideas de campos de muy distintos conocimiento; o como la capacidad de concebir ideas nuevas, explorar sus posibilidades y aplicarlas para solucionar problemas. En todas estas consideraciones

aparecen una serie de aptitudes características de los individuos creadores, cuales serían: la fluidez, la flexibilidad, la originalidad y el pensamiento divergente.

El establecimiento de la idea de que un valor muy importante para la creatividad es la consideración de un descubrimiento y expresión de algo que es tanto una novedad para el individuo creador como realización en sí misma, nos permite valorar la gran importancia de esta manifestación humana para el desarrollo de los hombres y mujeres del mañana.

Creatividad y edades

La propia creatividad es consustancial al ser humano, aunque depende de múltiples circunstancias su correcto desarrollo. Cómo se expresa y desarrolla la creatividad a través de las edades es una cuestión de suma importancia para la atención a la misma, porque nos permite aplicar estrategias para que la misma no se pierda, antes bien no se multiplique ilimitadamente.

No es que haya que admitir que la infancia sea una etapa creadora, sino los valores de la misma, como son la capacidad de recepción, el poder admirar, el instinto de juego, relaciones imprevistas, interminables “por qué”, etc. Se dice que los niños son los investigadores natos, porque no tienen prejuicios (adultos). A la espontaneidad imaginativa del niño le siguen los condicionamientos, los aprendizajes, que facilitarán sus futuras creaciones, o los condicionarán para su total decadencia. Éste es el momento de las adaptaciones intelectuales, psicomotrices y afectivas, que preparan las grandes creaciones creativas.

En la adolescencia las rebeliones toman un carácter agresivo y renuncian a la síntesis de diversas disciplinas. Los sujetos se repliegan sobre sí mismos, son egocéntricos por debilidad frente a un mundo amenazador. La adolescencia no es creativa por sí misma, lo es por valores que asume a cota de rebeliones.

El joven adulto se manifiesta fuertemente creativo. Es el gran momento de la creatividad; se deciden a la elección de una profesión efectiva, se fijan las grandes decisiones sentimentales. Todo esto, sin embargo, puede venir condicionado por múltiples valores culturales, muchos de los cuales hacen inhibir de manera considerable el comportamiento creativo.

La madurez es una edad confortable y a la vez difícil, justo por el confort moral y la seguridad, en donde se asumen responsabilidades que se oponen al espíritu de aventura. Se desarrollan obligaciones importantes, como la económica por ejemplo, que limitan un determinado contexto a la creatividad, aunque, por otro lado y para otros sujetos, este es el verdadero contexto para la creatividad.

La vejez es creadora por la amplitud de perspectiva que abre la síntesis de la experiencia acumulada y de la libertad creadora, debido a que las limitaciones van diluyéndose o, tal vez, superándose.

Cada una de estas edades significa un momento más o menos significativo para la creatividad, lo que implica un estado de alerta y un comportamiento decisivo en la creación de contextos y escenarios en donde la creatividad de las personas pueda desarrollarse sin obstáculos anómalos.

Trabajo en grupo y creatividad

Regularmente la creatividad es una manifestación del sujeto individual. La creatividad grupal parece ser una expresión contradictoria. Sin embargo, el trabajo en grupo es ventajoso para determinados tipos de labor. Trabajar en equipo y sumar creativities empieza a ser uno de los valores más importantes para el desarrollo mundial.

Para posibilitar la participación óptima de cada miembro del grupo deberían ejercitarse una serie de capacidades que no siempre se tienen en cuenta. Un breve recorrido nos lleva a la siguiente estimación:

- Personalidad, independencia y autonomía de acción de cada miembro del grupo.
- Espontaneidad: capacidad de trabajar en conjunto con escasos “bloqueos en la personalidad del alumno”.
- Capacidad de comunicación: capacidad de interpretar adecuada, entre los estímulos verbales y no verbales y de articular de manera adecuada los propios estímulos verbales y no verbales.

En este terreno, se ha de aspirar a lograr grupos que junto a los conocimientos teóricos y metódicos en el campo de la creatividad, dispongan también de información y métodos correspondientes a la dinámica de grupos.

Características de un grupo creativo del “tipo ideal”

- *Objetivo:* es necesario tener claro cual es el objetivo que persigue el grupo. Hay que aclarar no solo los objetivos grupales, sino también los individuales, es decir, la motivación de cada miembro del grupo. Sólo si las metas comunes y las individuales marchan en el mismo sentido, el trabajo del grupo será superior al promedio. Hay que tener en cuenta que solo debe señalarse la dirección genérica, no se deben frenar los “saltos impetuosos” de los creativos, de lo contrario estaríamos frente una inhibición de los sujetos creativos.
- *Dimensión del grupo:* es palpable para muchos que la productividad disminuye a medida que aumenta su dimensión. Los conocimientos y experimentos con respecto a grupos creativos señalan como recomendables una dimensión de cinco a siete personas. Un número menor de miembros implica una exigencia mayor para el individuo y un número mayor inhibe la espontaneidad y lleva a la formación de subgrupos, si bien el número exacto depende del volumen de la tarea.
- *Heterogeneidad:* los grupos creativos deberían ser heterogéneos con respecto a las características individuales (en personalidad) y sociales (las distintas condiciones culturales y los diversos rasgos propios de la actividad profesional). Ésta es una de las consideraciones. Más claras sobre el valor de la creatividad y el desarrollo democrático del las comunidades escolares. El grupo de composición heterogénea dispone de mayor cantidad de información, sus miembros poseen diferentes maneras de pensar. Así mismo, debe haber una variedad en los intereses y aficiones de los miembros del grupo, variedad de sexos y diversidad de edades. Si bien, algo muy importante que por encima de las diferencias, los participantes deben estar en condiciones de comprender a los otros.

- *Jerarquía*: es la diferencia entre estatus y los roles de los miembros del grupo. Se tratad de estatus roles dentro del grupo y no socialmente determinados, no podemos confundir esta variable.
- *Actividad*: con esta categoría se aludo al tiempo que se emplea y las fatigas que se unen al trabajo en un equipo creativo. Se suelen establecer sesiones de tres o cuatro horas (tiempo que puede variar mucho, dependiendo de los objetivos), en donde se combinan la formulación del problema, hallazgo de ideas y la evaluación y la realización. La fatiga se refiere al esfuerzo.
- *Integración*: es el grado de facilidad dificultad que encuentra un grupo para aceptar un nuevo miembro. Un grupo creativo es un instrumento sensible, por lo que un miembro del grupo no debe ser sustituido sin más por otro. El grupo debe conservar la flexibilidad.
- *Autonomía*: es la independencia del grupo respecto a los contactos externos como la red de relaciones internas. Lo que se desarrolla en un grupo durante un proceso creativo de solución de problemas no debe interesar a los extraños, en este sentido se ha comprobado que las contribuciones de los miembros de menor jerarquía tienen escasa influencia sobre las ideas propuestas en definitiva por el grupo.

Para la designación de roles en el grupo son decisivos el objetivo y la finalidad. Hay que distinguir entre roles de trabajo –tarea- (iniciativa y actividad, buscar información, averiguar información, dar información, opinar, elaborar, coordinar, sintetizar) y roles de mantenimiento y organización (alentar, mantener límites, establecer reglas, obedecer, expresar los sentimientos del grupo, valorar, diagnosticar, examinar la conformidad, mediar, reducir tensiones). Al mismo tiempo, ha de existir satisfacción de cada miembro en el rol aceptado.

- *Normas*: se trata, en parte, de normas que regulan el comportamiento de los miembros del grupo en determinadas situaciones. El campo de los posibles modos de comportarse se mantiene abierto, lo que plantea especiales exigencias a los miembros del grupo, que deben contar con una amplia dolencia. Las normas áldas en el grupo creativo en el marco orientador, nunca restrictivo.
- *Flexibilidad*: es la regulación de las actividades del grupo mediante métodos formales o informales. Los miembros del grupo están es condiciones para decidir por sí mismos el método según el cual quieren proceder con respecto a un problema concreto. Es por lo que el método debe tener una función de vehículo, siendo una herramienta y un medio auxiliar, nunca un artificio restrictivo.
- *Confianza*: también denominada “seguridad psicológica” y “libertad psicológica”. Según la seguridad psicológica, el individuo debe ser aceptado en aceptado en su originalidad y se le debe dar la posibilidad de actuar espontáneamente. Y por la liberta psicológica, al individuo se le posibilita una perfecta libertad de expresión simbólica. Esta actitud tolerante concede al individuo libertad para pensar, sentir y ser lo que desee, en definitiva le permite experimentar espontáneamente. Estas condiciones hacen posible la confianza en sí mismo, ante los otros, en los otros y en el grupo.

Personalidad de los sujetos creativos.

Se muestra de gran interés abordar este apartado por las múltiples pistas que proporciona en el descubrimiento de posibles sujetos creativos. Así, tenemos que los sujetos creativos son:

CARACTERÍSTICAS DE LOS SUJETOS CREATIVOS
• Inteligente y, con frecuencia, más inteligentes que los no creativos.
• Su motivación para resolver los problemas en el campo de su competencia es más bien intrínseca que extrínseca.
• Tienen seguridad y confianza en sí mismo; no les preocupa la impresión que causan en los otros ni la opinión que los demás tienen de ellos.
• Poseen cualidades para el éxito social; son equilibrados, espontáneos y confiados en sus relaciones sociales.
• No son conformistas, aunque tampoco son deliberadamente inconformistas. Son auténticamente independientes.
• Tienen una preferencia marcada por la percepción intuitiva.
• Se sienten inclinado hacia lo complejo y asimétrico, tanto más cuanto más creativos son.
• Aproximadamente dos tercios de los sujetos creativos son introvertidos, aunque no hay evidencia de que los introvertidos sean más creativos que los extrovertidos.

Es notorio que admitiendo valores tan importantes, el desarrollo de la creatividad no haya sido una prioridad en muchos países en el desenvolvimiento de sus respectivas reformas educativas, o cuando ha sido considerado un elemento fundamental ha chocado con lo que Ricardo Marín (1998) admitía tristemente: “La creatividad muere en el aula”.

5-. BIBLIOGRAFÍA.

Remo, Manuela (1997): *Psicología de la creatividad*. Barcelona, Ed.Paidós

De la Torre, Saturnino (1982): *Educación en la creatividad*. Madrid. Ed.Narcea

Marín, Ricardo (1998): *Creatividad y reforma educativa*. Santiago de Compostela. Ed. Servicio de publicaciones e intercambio científico Campus Universitario Sur