

Sala creativa como estrategia de enseñanza aprendizaje en el proceso formativo profesional

Creative room as a teaching-learning strategy in the professional training process

*MSc. César Arturo Carbache-Mora, cesar.carbache@uleam.edu.ec,
<https://orcid.org/0000-0001-9373-2873>;*

*Ing. Michell Estefanía Marín-Moreira, michu.michu.95@gmail.com,
<https://orcid.org/0000-0001-8323-8310>*

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador

Resumen

La presente investigación analiza la contribución de la sala creativa como estrategia de enseñanza aprendizaje en el proceso formativo profesional de los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, extensión Sucre Bahía de Caráquez. La metodología fue descriptiva, cualitativa y cuantitativa pues se realizó una entrevista a profundidad con el coordinador de la mencionada sala, además, se aplicó una encuesta en escala de Likert a una población de 299 personas de los cuales se consideró una muestra de 25 docentes y 54 estudiantes. Los resultados más relevantes mencionan que el 88% de los docentes encuestados expresaron que el ambiente de estudio siempre es importante para volver más creativos a los estudiantes; mientras que el 74% de los educandos respondieron que casi siempre utilizan lo aprendido en la vida cotidiana. Queda planteado que tanto los ambientes de aula como el aprendizaje significativo aportan fundamentalmente a la utilización de los conocimientos adquiridos de manera creativa de acuerdo a las necesidades presentadas en la formación profesional de los futuros egresados.

Palabras clave: Educación basada en competencias, aprendizaje a través de la experiencia, aprendizaje a través de la praxis, creatividad, formación profesional.

Abstract

This research analyzes the contribution of the creative room as a teaching-learning strategy in the professional training process of the students of the Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Sucre Bahía de Caráquez extension. The methodology was descriptive, qualitative and quantitative since an in-depth interview was carried out with the coordinator of the aforementioned room, in addition, a Likert scale survey was applied to a population of 299 people, of which a sample of 25 teachers and students was considered. 54 students. The most relevant results mention that 88% of the teachers surveyed expressed that the study environment is always important to make students more creative; while 74% of the learners responded that they almost always use what they learned in everyday life. It is stated that both classroom environments and meaningful learning fundamentally contribute to the use of the knowledge acquired in a creative way according to the needs presented in the professional training of future graduates.

Keywords: Competency-based education, learning through experience, learning through practice, creativity, professional training.

Introducción

De acuerdo al Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo (INEC), el impacto negativo del Covid-19, dejó hasta agosto del 2020, al 83 % de los trabajadores en el Ecuador en el desempleo o en condiciones precarias. Si antes de la pandemia era complicado conseguir trabajo, en el transcurso de la misma las posibilidades han disminuido dramáticamente.

De ahí que las instituciones de educación superior (IES) tienen la imperiosa tarea de potencializar las experticias de sus estudiantes con la finalidad de convertirlos en profesionales más eficientes y eficaces con visiones múltiples en el campo laboral dado que la misma pandemia ha cambiado el escenario laboral y la digitalización ha abierto nuevos espacios laborales. Características que la educación superior debe apuntar para formar a los nuevos profesionales del país.

La sala creativa es un producto de un proyecto de investigación de la institución denominado “Aplicación del marketing experiencial en la creación, promoción, difusión y posicionamiento de la nueva imagen post terremoto de los destinos Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales 2018-2021”; es un espacio de características académicas de formación pre profesional, cuya visión es aportar al desarrollo de habilidades, destrezas y experticias de los estudiantes de las carreras que oferta la extensión en la creación, desarrollo y difusión de productos y contenidos publicitarios con ética y responsabilidad social. La misión es preparar futuros profesionales cualificados en el campo de la publicidad, marketing, mercadotecnia y comunicación publicitaria para desenvolverse de manera exitosa en el ámbito laboral, como se lo declara en el banner de presentación de la sala mencionada.

De tal manera, que la sala creativa que a propósito es un nuevo concepto a nivel universitario, ya que dentro de la investigación realizada no se encontró en el medio local, nacional o mundial la existencia de un concepto parecido a esta propuesta. Lo único parecido son algunas agencias publicitarias, pero que las utilizan de manera comercial. La sala creativa que la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM), extensión SUCRE Bahía de Caráquez implementa desde comienzos del 2019 como producto del proyecto de investigación institucional. Es un modelo de formación para el proceso de enseñanza aprendizaje que contribuye a la formación profesional de los egresados de esta institución de educación superior.

Dentro de las actividades formativas se encuentra generar contenidos, diseñar productos de comunicación publicitaria, producir piezas visuales y audiovisuales, crear nuevos

modelos de negocios a través de proyectos de emprendimiento, desarrollar procesos de RRPP y comunicación publicitaria, organizar y desarrollar eventos son algunas de las competencias que se desarrollan con los estudiantes no sólo de la carrera de marketing y mercadotecnia sino de las demás carreras de la extensión universitaria.

Como ejemplo están los eventos denominados, por un lado, Marketing Fest, incubadora de proyectos de emprendimiento y, por otro lado, Marketing Art. En el primero nacieron más de 14 proyectos de emprendimiento entre los dos semestres del 2019. Mientras que en el segundo se mostró las habilidades de los estudiantes dentro del diseño no comercial.

El objetivo de la presente investigación es analizar la contribución de la sala creativa, como estrategia de enseñanza aprendizaje en el proceso formativo profesional de los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM) extensión SUCRE Bahía de Caráquez.

Materiales y métodos

La presente investigación se desarrolló en la ULEAM, extensión Bahía de Caráquez con la finalidad de buscar respuestas a los valores formativos de los estudiantes que cursan la carrera de marketing donde vinculen la teórica con la práctica donde den solución a los inconvenientes socioeconómicos y empresariales de la zona norte de la provincia de Manabí. Es una investigación cuantitativa y cualitativa que busca como objetivo la descripción de las cualidades que inciden en el proceso de enseñanza aprendizaje y como solucionarlo, y desde el orden cuantitativo nos permitirá verificar el nivel de participación de la muestra seleccionada.

Se caracteriza por ser una investigación de tipo descriptiva y se utilizaron métodos teóricos, analíticos, empíricos, deductivos e inductivos. Las principales herramientas utilizadas fueron: observación, entrevista, encuesta.

Se diseñó una encuesta en escala de Likert donde se seleccionaron cinco alternativas que fueron valoradas según criterios de experto. La población abarco un total de 299 personas integradas docentes y estudiantes que cursan la carrera de marketing. Se seleccionó una muestra aleatoria simple seleccionando 25 docentes y 54 estudiantes. Las preguntas fueron validadas en base al método Delphi y la validez y fiabilidad fueron resultados del software estadístico SPSS versión 21.0

Resultados

Los resultados se analizaron considerando las variables de la investigación, por un lado, estrategias de aprendizajes y, por otro lado, formación profesional. Sin embargo, se ha considerado cuatro ítems aplicados a docentes y estudiantes para realizar un cuadro comparativo de las respuestas emitidas.

Docentes

En la tabla 1 se observa que del 100 % de los docentes preguntados el 88 % que representa a 22 docentes indicaron que la formación de sus estudiantes siempre es significativa dada la practicidad de sus contenidos, mientras que el 12 % correspondiente a 3 encuestados indicaron que casi siempre es significativa. Donde a criterio del docente se deduce el interés por colaborar en la formación de sus estudiantes en bien del proceso de enseñanza y de aportar a nivel cognitivo habilidades formativas de aprendizajes y desarrollo.

Tabla 1. Formación significativa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Siempre	3	12,0	12,0	12,0
	Siempre	22	88,0	88,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Elaboración: Propia. Fuente: Docentes ULEAM, extensión Bahía de Caráquez

En la tabla 2 de la investigación al referirse al ambiente de estudio, se observa que del 100 % de los docentes encuestados el 88 % correspondiente a 22 personas mencionan que el ambiente de estudio adquiere una importancia significativa en el momento de desarrollar el proceso de enseñanza aprendizaje.

Tabla 2: Ambiente de estudio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Siempre	3	12,0	12,0	12,0
	Siempre	22	88,0	88,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Elaboración: Propia. Fuente: Docentes ULEAM, extensión Bahía de Caráquez

En la tabla 3, en la que se buscó consultar el porcentaje de la utilización del conocimiento aprendido, se observa que el 100 % de los preguntados, coinciden 64 %, que los estudiantes frecuentemente y siempre utilizan lo aprendido, en las aulas, en la vida cotidiana, mientras un 28 % correspondiente a 7 individuos mencionan que casi siempre usan lo aprendido.

Tabla 3: Utilizan lo aprendido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Rara Vez	2	8,0	8,0	8,0
	Frecuentemente	8	32,0	32,0	40,0

Casi Siempre	7	28,0	28,0	68,0
Siempre	8	32,0	32,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Elaboración: Propia. Fuente: Docentes ULEAM, extensión Bahía de Caráquez

En la tabla 4, en lo que respecta al aporte de la Sala Creativa en la formación de los educandos, se observa que del 100% de los docentes encuestados el 96% correspondiente a 24 personas consideran significativo la contribución de la sala creativa para el proceso de enseñanza aprendizaje de los estudiantes.

Tabla 4: Aporte de Sala Creativa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Siempre	1	4,0	4,0	4,0
	Siempre	24	96,0	96,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Elaboración: Propia. Fuente: Docentes ULEAM, extensión Bahía de Caráquez

Estudiantes

En la tabla 5, al consultar a los estudiantes respecto de la formación recibida, se observa que de un 100 % de estudiantes encuestados el 51 % que representa a 28 estudiantes indicaron que la formación que reciben por parte de sus maestros siempre es una formación significativa, en cuanto el 31.5 % pertenece a 17 personas señalan que casi siempre la formación que reciben es significativa, mientras que 13 % perteneciente a 7 individuos mencionan que la formación que reciben frecuentemente es significativa.

Tabla 5: Formación Recibida

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Rara vez	2	3,7	3,7	3,7
	Frecuentemente	7	13,0	13,0	16,7
	Casi siempre	17	31,5	31,5	48,1
	Siempre	28	51,9	51,9	100,0
	Total	54	100,0	100,0	

Elaboración: Propia. Fuente: Estudiantes ULEAM, extensión Bahía de Caráquez

En la tabla 6, al preguntar a los estudiantes sobre la importancia del ambiente de estudio para su formación de un 100 %, el 59.3 % perteneciente a 32 individuos mencionaron que el ambiente de estudio siempre es importante para ser más creativo, mientras que el 25.9 % correspondiente a 14 personas indicaron que para ellos, casi siempre, es importante un buen ambiente de estudio y un 14.8 % que representa a 8 estudiantes consideraron que frecuentemente es considerado el ambiente de estudio para ser más significativo el proceso de aprendizaje.

Tabla 6: Ambiente de estudio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Frecuentemente	8	14,8	14,8	14,8
	Casi siempre	14	25,9	25,9	40,7

Siempre	32	59,3	59,3	100,0
Total	54	100,0	100,0	

Elaboración: Propia. Fuente: Estudiantes ULEAM, extensión Bahía de Caráquez

En la tabla 7, al ser consultados sobre la utilización del conocimiento recibido en las aulas en la vida cotidiana, se observa que de un 100 % de estudiantes encuestados el 44.4 % correspondiente a 24 personas respondieron que casi siempre utilizan lo aprendido en las aulas en sus actividades diarias, mientras que el 29.6 % perteneciente a 16 aprendices mencionan que siempre utilizan lo aprendido en la vida cotidiana, en cuanto a un 18.5 % referente de 10 preguntados indican que frecuentemente hacen uso de lo aprendido en las aulas de clases en la vida diaria y un 7.4 % respecta a 4 encuestados mencionan que rara vez se utiliza lo aprendido.

Tabla 7: Utiliza lo aprendido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Rara vez	4	7,4	7,4	7,4
	Frecuentemente	10	18,5	18,5	25,9
	Casi siempre	24	44,4	44,4	70,4
	Siempre	16	29,6	29,6	100,0
	Total	54	100,0	100,0	

Elaboración: Propia. Fuente: Estudiantes ULEAM, extensión Bahía de Caráquez

En la tabla 8, fueron consultados los estudiantes sobre el aporte de la Sala Creativa en su formación pre profesional, se observa que de un 100% estudiantes encuestados el 72.2% equivalente a 39 personas manifestaron que la sala creativa siempre es un aporte para su carrera, debido al desarrollo de habilidades que ahí pueden generar, por otra parte, el 20.4% que corresponde a 11 mencionaron que casi siempre la Sala Creativa los ha ayudado a aprender de manera práctica.

Tabla 8: Aporte de Sala Creativa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Rara vez	1	1,9	1,9	1,9
	Frecuentemente	3	5,6	5,6	7,4
	Casi siempre	11	20,4	20,4	27,8
	Siempre	39	72,2	72,2	100,0
	Total	54	100,0	100,0	

Elaboración: Propia. Fuente: Estudiantes ULEAM, extensión Bahía de Caráquez

Entrevista

Entrevista desarrollada al coordinador de la Sala Creativa, producto del proyecto de investigación institucional “Aplicación del marketing experiencial en la creación, promoción, difusión y posicionamiento post terremoto de la nueva imagen de los destinos Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales”.

¿Cuál es el objetivo de la sala creativa?

La intención es desarrollar habilidades y destrezas en los estudiantes, no solamente en la utilización de programas de diseño, editores de audio, audio y video sino también en la generación de nuevos modelos de negocios, creación de emprendimientos, planes de marketing digital, estrategias de difusión publicitaria, análisis de datos en programas como el SPSS, estudios de mercado, análisis del comportamiento del consumidor entre otras experticias que conviertan a nuestros estudiantes de las diferentes carreras en perfiles atractivos para el medio laboral local y foráneo.

¿Cuál es la visión de la sala creativa?

La visión que se tiene para la sala creativa es llevarlo a un punto máximo de crear una agencia de publicidad, con las herramientas mencionadas anteriormente, apoyadas con las computadoras con programas de diseño gráfico, cámaras fotográficas, dron. Esto haría que los estudiantes que están en los últimos niveles tengan la posibilidad de generar productos visuales y audiovisuales que puedan ser comercializados a la comunidad productiva a bajo costo.

¿Qué logros ha tenido la sala creativa?

Organizar, aportar y desarrollar eventos como las jornadas científicas estudiantiles y convención científica, Marketing Fest: “Incubadora de proyectos de emprendimiento”, Marketing Art: “creación de diseños no comerciales”. Además del diseño y diagramación de la revista digital científica multidisciplinaria denominada ULEAM BAHIA MAGAZINE con E-ISSN 2600-6006, otro producto de este proyecto. En estos eventos los estudiantes han podido desarrollar sus habilidades como presentadores de eventos. A elaborar y diseñar folletos, flayer, banner, fotografías artísticas, post en redes sociales, creación de revistas digitales, analizar datos para la redacción de artículos científicos.

Análisis cruzado de la información

Como se ha podido revisar en los resultados de la encuesta aplicada a los docentes y estudiantes, el aprendizaje significativo tiene que ver con la aplicación de los contenidos en actividades que desarrollen las habilidades de los estudiantes en medio de un mundo laboral que exige la resolución de problemas, utilización de programas para el diseño de productos digitales en los nuevos modelos de negocios que se están abriendo por la tecnología.

La sala creativa es un espacio donde los estudiantes y los profesores pueden desarrollar diferentes modelos de negocios, crear nuevos productos, generar servicios, crear y promocionar marcas, llevando las practicas pre profesionales a otro nivel.

Con los resultados obtenidos con la encuesta y la entrevista se puede decir que saben de la existencia de una sala creativa pero no se les da un uso adecuado para la práctica de los estudiantes.

Los estudiantes tienen la capacidad de realizar diferentes tipos de trabajos dentro de la sala creativa, es por esta razón que se organizan exposiciones de los trabajos que realizan los estudiantes para dar a conocer sus experticias.

Para ello la estrategia propuesta es integrar la malla curricular, de acuerdo a las asignaturas, actividades multidisciplinarias y prácticas que se realicen en la sala creativa, donde generen eventos y productos que les permitan proponer sus conocimientos en actividades reales.

Tabla 9: Modelo de negocio

Modelo de negocio multidisciplinario	
Carrera	Asignatura
Administración de empresas	Emprendimiento empresarial Modelo de negocios
Contabilidad y Auditoria	Estadística aplicada
Hospitalidad y hotelería	Marketing Metodología de la investigación
Turismo	E-Bussines Marketing turístico
Mercadotecnia	Planificación estratégica Diseño publicitario Publicidad y medio

Elaboración: Propia. Fuente: ULEAM, extensión Bahía de Caráquez

El presente estudio deja evidenciado que el impacto de una sala creativa, como espacio innovador de desarrollo de habilidades y destrezas en los estudiantes de los últimos niveles, es cualificado desde el criterio de que los estudiantes en la medida de su participación van gestionando experticias que les incrementan las posibilidades de éxito en el mundo profesional/laboral, como lo destaca López Belmonte et al., (2020).

El espacio y atmósfera de estudio, las herramientas facilitadas, la realización de proyectos reales (marketing fest: incubadora de proyectos de emprendimiento; marketing art: exposición de diseños no comerciales y, jornadas científicas estudiantiles) dan como resultado el aprendizaje significativo, como bien lo señala Moreira (2014). Lo cual, se diferencia de aquellos estudiantes que no tuvieron la oportunidad de participaron de un espacio de enseñanza aprendizaje con un alto nivel de practicidad.

Discusión

Aprendizaje

De acuerdo a González-Vázquez (2019) la ansiedad, las preocupaciones y el malestar, dificultan el aprendizaje, porque los estudiantes no perciben los matices de la información y por tanto no la procesan adecuadamente, con lo que finalmente su rendimiento académico es más pobre; sin embargo, los estudiantes optimistas con altas expectativas de aprendizaje tienen un mayor rendimiento (Snyder *et al.*, 1991). Rebollo, García, Buzón y Vega (2014) demuestran que los estudiantes universitarios en su aprendizaje experimentan más intensamente emociones positivas que negativas. Cuando el sujeto se siente autocompetente incrementa su participación activa en el proceso de aprendizaje, puesto que tiene una alta confianza en sí mismo, y un elevado nivel de autoeficacia, valora las tareas y está comprometido con los objetivos de aprendizaje (Phan, 2010).

Biggs (1979) indica que los estudiantes presentan distintas estrategias en el enfoque de aprendizaje, y que de ellas la más idónea es el enfoque profundo del aprendizaje. En éste la motivación es la de aumentar las competencias y el conocimiento, ejecutando estrategias que interrelacionen los nuevos conocimientos con los previos y con los de otras disciplinas. La autoestima tiene efectos positivos sobre la estrategia de aprendizaje profunda, y ésta a su vez sobre el resultado académico (Phan, 2010).

Estrategias de aprendizaje

Según Beltrán (2003) Las estrategias de aprendizaje están directamente relacionadas con la calidad del aprendizaje del estudiante, ya que permiten identificar y diagnosticar las causas del bajo o alto rendimiento escolar. (...) Con las estrategias de aprendizaje es posible diseñar, con grandes probabilidades de éxito, la triple tarea con la que la acción educativa ha soñado siempre: prevenir, identificando qué estrategias empleadas por el estudiante son poco eficaces y cambiándolas por otras más eficaces; optimizar, potenciando las estrategias eficaces ya utilizadas por el estudiante; y recuperar, identificando las estrategias responsables del bajo rendimiento del estudiante o ayudándole a utilizarlas mejor si ha hecho un mal uso de ellas. (...) Por último, las estrategias promueven un aprendizaje autónomo, independiente, realizado de manera que las riendas y el control del aprendizaje vayan pasando de las manos del profesor a las de los alumnos. Esto es especialmente provechoso cuando el estudiante es ya capaz de planificar, regular y evaluar su propio aprendizaje, es decir, cuando posee y domina las estrategias de aprendizaje llamadas «metacognitivas». Subraya Beltrán (2003, p. 57).

Desde una concepción constructivista y cíclica del aprendizaje (Gagné, 1965; Bruner, 1966; Ausubel, 1968; Flavell, 1977; Feuerstein, 1980; Bandura, 1982; Sternberg, 1986; Beltrán, 1993; y otros), se infiere que tienen lugar en el mismo unos procesos cognitivos u operaciones mentales organizadas y coordinadas que se infieren a partir de la conducta del sujeto ante una tarea de razonamiento o resolución de problemas, y que operativamente funcionan como las metas a alcanzar por las estrategias de aprendizaje que utiliza dicho sujeto (Camarero *et al.*, 2000).

Así se entienden las estrategias de aprendizaje como actividades propositivas que se reflejan en las cuatro grandes fases del procesamiento de la información (indicadores del instrumento de evaluación ACRA):

1. La fase de **ADQUISICIÓN** de la información, con estrategias atencionales (exploración y fragmentación) y estrategias de repetición.
2. La fase de **CODIFICACIÓN** de la información: estrategias de nemotecnización, estrategias de elaboración y estrategias de organización.
3. La fase de **RECUPERACIÓN** de la información: estrategias de búsqueda en la memoria (búsqueda de codificaciones y de indicios), estrategias de generación de Respuesta (planificación y preparación de la respuesta escrita).
4. La fase de **APOYO** al procesamiento, se divide en: estrategias metacognitivas (autoconocimiento y de automanejo), estrategias afectivas (autoinstrucciones, autocontrol, y contra distractoras), sociales (interacciones sociales), y motivacionales (motivación intrínseca, motivación extrínseca y motivación de escape).

Aprendizaje significativo

Para Moreira (2014) una buena enseñanza debe ser constructivista, promover el cambio conceptual y facilitar el aprendizaje significativo. Es probable que la práctica docente aún tenga mucho del conductismo, pero el discurso es cognitivista/constructivista/significativo. Lo que quiere decir es que puede no haber habido, aún, un verdadero cambio conceptual en este sentido, pero parece que se está caminando en esa dirección.

Aprendizaje significativo es el proceso a través del cual una nueva información (un nuevo conocimiento) se relaciona de manera no arbitraria y sustantiva (no-literal) con la estructura cognitiva de la persona que aprende. En el curso del aprendizaje significativo, el significado lógico del material de aprendizaje se transforma en significado psicológico para el sujeto. Para Ausubel (1963, p. 58), el aprendizaje significativo es el mecanismo

humano, por excelencia, para adquirir y almacenar la inmensa cantidad de ideas e informaciones representadas en cualquier campo de conocimiento.

Merchan *et al.*, (1980) mencionan que un aprendizaje es significativo cuando los contenidos son relacionados de modo no arbitrario y sustancial con lo que el alumno ya conoce. Por relación sustancial se debe entender que las ideas se relacionan con algún aspecto existente específicamente relevante de la estructura cognoscitiva del alumno, como una imagen, un símbolo ya significativo, un concepto o una proposición (Ausubel, 1983). Esto quiere decir que, en el proceso educativo, es importante considerar lo que el individuo ya sabe de tal manera que establezca una relación con aquello que debe aprender. Este proceso tiene lugar si el educando tiene en su estructura cognitiva conceptos, estos son: ideas, proposiciones, estables y definidos, con los cuales la nueva información puede interactuar y desarrollar con todo esto la creatividad y por consecuencia la innovación.

Aprendizaje creativo

Para Mitjás (2013) el aprendizaje creativo, o aprender creativamente, significa una forma de aprender que se diferencia de las formas de aprendizaje comunes en el medio escolar, y se caracteriza por el tipo de producción que el aprendiz hace y por los procesos subjetivos en ella implicados. Este aprendizaje tiene diferentes formas de expresión y en él participan un conjunto de recursos subjetivos. A partir de la producción científica sobre “alumnos creativos”, de las investigaciones realizadas sobre creatividad y aprendizaje en perspectiva histórico-cultural de la subjetividad (Amaral, 2006; González, 2009; Mitjás, 2009; Oliveira, 2010) y de las construcciones teóricas que hemos elaborado sobre lo que conceptuamos como aprendizaje creativo (Mitjás, 2006), se puede afirmar que este tipo de aprendizaje se expresa en la configuración, como mínimo, de los tres procesos siguientes:

La personalización de la información

El hombre está inmerso en un proceso constante de recepción y elaboración de información en sus relaciones con el medio, pero no toda esta información pasará a formar parte de su repertorio de acción como personalidad. Se ha denominado información personalizada a la información que resulta relevante para las operaciones regulares de la personalidad, la cual está estrictamente asociada con las motivaciones del sujeto. Esto determina que el propio proceso de la recepción de la información sea esencialmente

activo, en el que el individuo individualiza la información para los fines de sus operaciones personales (González y Mitjás, 1989: 35).

La confrontación con lo dado

El cuestionamiento, la problematización de la información, la no aceptación de lo dado como verdad o como única alternativa son formas en las cuales se expresa el carácter “transgresor” del aprendizaje creativo. Esto, entre otros factores, es lo que permite al aprendiz identificar fallas, lagunas y contradicciones en la información que recibe. Estos procesos son extremadamente importantes para la producción y generación de nuevas ideas.

Producción, generación de ideas propias y “nuevas”

El aprendizaje creativo se identifica por la generación de ideas propias sobre lo estudiado, ideas que, al trascender lo dado, expresan la novedad como característica esencial de la creatividad. Es un tipo de aprendizaje que, a pesar de contenerla, trasciende la apropiación comprensiva de la información. Así, nuevas alternativas e hipótesis son elaboradas, nuevas ideas e imágenes sobre el objeto del conocimiento aparecen. Es un tipo de aprendizaje que se diferencia del memorístico y del aprendizaje que denominamos comprensivo (Mitjás), precisamente por ser un proceso en el que se expresa, en un movimiento en que aparecen relacionados los tres procesos anteriormente mencionados, el carácter productivo, generador y transgresor del aprendiz.

A diferencia de la creatividad, la innovación, según Fernández Fernández et al., (2012) es un concepto originalmente relacionado con la aplicación práctica y el desarrollo de nuevas ideas en el mundo industrial, con el propósito de reforzar la competitividad dentro del mercado. Joseph Schumpeter (1883-1950) fue quien popularizó el concepto de destrucción creativa, entendiendo que la economía es un sistema dinámico en el que las formas viejas de hacer las cosas son destruidas y constantemente desplazadas por otras nuevas (Fagerberg, 2003).

Formación profesional

Para López *et al.* (2020) la inclusión de las TIC en los espacios de aprendizaje ha ocasionado nuevas interacciones de los estudiantes, no solo con sus iguales, el profesorado, los contenidos y los materiales didácticos convencionales, sino –además– con la tecnología móvil (Radu, 2014), la cual ofrece una gran estimulación, ofreciendo en pantalla una información enriquecida y manipulable (Villalustre y del Moral, 2017),

facilitando una mejora de indicadores académicos como la motivación, el interés y la participación de los discentes (Marín y Muñoz, 2018).

Investigaciones recientes efectuadas en el seno de la Formación Profesional como etapa educativa (Moreno, 2019) han aportado a la literatura científica el crecimiento exponencial que está alcanzando el uso de la tecnología educativa en los espacios de aprendizaje de dicha etapa. En este sentido, Wheelahan (2015) ya afirmó que la Formación Profesional está siendo analizada desde distintas perspectivas debido a las potencialidades y beneficios que reporta a la sociedad, entre los que destacan su carácter inclusivo, equitativo y transformador de las personas hacia las exigencias de la era contemporánea (Sarmiento, Silva y Van Gameren, 2019). En la misma línea, García, Ordóñez, Vinuesa e Izquierdo (2016) reflejan el interés de las políticas educativas europeas por el florecimiento de la Formación Profesional como vehículo para afianzar el progreso de la sociedad y perseguir el desarrollo y empleabilidad de las nuevas generaciones de estudiantes, todo ello –como postulan Fernández, García y García (2019)– a través de la organización, flexibilidad y adecuación a los discentes que presta la Formación profesional en el sistema educativo.

Todo ello ha desembocado en el colectivo docente la necesidad de realizar una praxis profesional de índole innovadora (Area, 2015) con el fin de responder a las exigencias de una acción formativa propia de un milenio tecnológico (Area, Hernández y Sosa, 2016), siendo fundamental el desarrollo de la competencia digital en el profesorado para poder desplegar metodologías activas de la mano de los continuos recursos innovadores que pueden ser perfectamente aplicados en el terrero educativo (Elche y Yubero, 2019).

Formación en competencias

El concepto de competencias aparece asociado a características personales que explican un rendimiento laboral superior. Así, para Boyatzis (1982) las competencias constituyen el conjunto de características de una persona, que está directamente relacionado con la buena ejecución en un puesto de trabajo o de una determinada tarea. Para Spencer y Spencer (1993, p. 9) es una característica subyacente de un individuo que está causalmente relacionada con un rendimiento efectivo o superior en una situación o trabajo definido en términos de criterios.

Y mientras que Woodruffe (1993) concibe la competencia como una dimensión de conductas abiertas y manifiestas que le permiten a una persona rendir eficientemente, para De Ansorena Cao (1996, p. 76) es una habilidad o atributo personal de la conducta de un

sujeto que puede definirse como característica de su comportamiento y bajo la cual el comportamiento orientado a la tarea puede clasificarse de forma lógica y fiable.

Los estudios acerca de las competencias profesionales han permitido acercar la formación profesional al mundo del trabajo en la medida que evidencian la necesidad de formar dichas competencias ya desde la universidad. desde la universidad (González & González, 2008).

Valores en la formación universitaria

Para Reyes & Hernández (2019) hablar de valores en los jóvenes universitarios es de gran relevancia, por lo que los estudiantes que se forman en el ámbito educativo deben ser distinguidos por su forma de actuar, por su desempeño laboral con principios éticos bien definidos. Durante su desarrollo interviene un proceso de diversos factores socioculturales.

Febres (2013) afirma que la enseñanza en términos de valores es un proceso que va más allá de impartir conocimientos. Esto conlleva al desarrollo, la socialización e inculcación de las personas a través del cual se forman sus capacidades físicas, intelectuales, psicológicas y morales, pero algo muy importante son sus actitudes y conductas.

Las condiciones que se emplean en dicho proceso no se enseñan o aprenden, ya que la educación de valores debe poseer un carácter intencional y consciente no solo por parte del educador, sino también del educando, quien debe asumir dicha influencia a partir de las exigencias sociales y profesionales (González y Cardentey, 2016).

Conclusión

- 1. Una de las primeras conclusiones de la investigación realizada es conocer que los ambientes de aula como el aprendizaje significativo aportan fundamentalmente a la utilización de los conocimientos adquiridos de manera creativa de acuerdo a las necesidades presentadas en la formación profesional de los futuros egresados.*
- 2. Que hay la necesidad de que en los micro currículos se incluyan actividades prácticas que puedan ser desarrolladas por los estudiantes en la sala creativa, lo que les permitirá ganar experticias al hacer actividad real que encontrarán en el mundo laboral.*

3. ***Que la sala creativa es un espacio para el desarrollo de modelos de negocios, creación de productos, generación de servicios y promoción de marcas, donde los estudiantes puedan gestionar sus propios espacios laborales sin pensar en buscar empleo en situación como la que actualmente se presentan por el inconveniente por la pandemia.***

Referencias bibliográficas

1. Beltrán LLera, J. A. (2003). Estrategias de Aprendizaje. *Revista de Educación*, 2(332), 55–73. <http://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:0bc115bf-2ee5-4894-91f5-7e32e07059d4/re3320411443-pdf.pdf>
2. Camarero Suárez, F. J., Martín del Buey, F. de A., & Herrero Díez, F. J. (2000). Estilos y estrategias de aprendizaje en estudiantes universitarios. *Psicothema*, 12(4), 615–622. <https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/27505/Psicothema.2000.12%284%29.615-22.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
3. Fernández Fernández, I., Eizagirre Sagardia, A., Arandia Loroño, M., Ruiz de Gauna Bahillo, P., & Ezeiza Ramos, A. (2012). Creatividad e innovación: claves para intervenir en contextos de aprendizaje. *REICE. Revista Iberoamericana Sobre Calidad, Eficacia y Cambio En Educación*, 10(2), 23–40. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4115093>
4. González-Vázquez, B. (2019). ¿Cómo mejorar el aprendizaje? Influencia de la autoestima en el aprendizaje del estudiante universitario. *Revista Complutense de Educación*, 30(3), 781–795. <https://doi.org/10.5209/RCED.58899>
5. González, V., & González, R. (2008). Competencias genéricas y formación profesional: un análisis desde la docencia universitaria. *Revista Iberoamericana de Educación*, 47(47), 185–209. <http://www.rieoei.org/rie47a09.pdf>
6. López Belmonte, J., Moreno Guerrero, A. J., Pozo Sánchez, S., & López Núñez, J. A. (2020). La Formación Profesional ante el reto de las TIC: Proyección de la realidad aumentada entre su profesorado y predictores de uso. *Revista Complutense de Educación*, 31(4), 423–433. <https://doi.org/10.5209/rced.65443>
7. Merchan-Cruz, E. A., Lugo-González, E., & Hernández-Gómez, L. H. (1980). Aprendizaje significativo apoyado en la creatividad e innovación. *South African Medical Journal = Suid-Afrikaanse Tydskrif Vir Geneeskunde*, 57(14), 523–529. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/6988988>
8. Mitjás Martínez, A. (2013). *Aprendizaje creativo: desafíos para la práctica pedagógica*. https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/revista_cs/article/view/1574/2045
9. Moreira, M. A. (2014). Aprendizaje significativo: un concepto subyacente. *Ingenio y Conciencia Boletín Científico de La Escuela Superior Ciudad Sahagún*, 1(1), 19–44. <https://doi.org/10.29057/ess.v1i1.1343>
10. Reyes, O., & Hernández, G. (2019). Identificación y práctica de valores en la formación universitaria. *Rev. Cubana Edu. Superior*, 38(2). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142019000200017