



Think Diverse



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

10/31/2022

Kit de Herramientas Creativas para la Educación de Adultos

IO1 – THINK DIVERSE!



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Think Diverse

PROJECT NUMBER: 2020-1-IT02-KA227-ADU-095146

Marco Creativo IO1 - Think Diverse!

Sumario

Introducción a la Creatividad	2
Estructura y objetivos del Marco Creativo	4
Enfoque teórico y práctico sobre la creatividad y la diversidad	5
Breve análisis sobre el término "creatividad"	5
Creatividad: la clave del futuro	6
Think Diverse y la Creatividad.....	7
Test de creatividad Epstein	8
SETS CREATIVOS	10
Italia	11
Arte Escénico	11
Set Creativo- diversidad de género	13
Actuaciones Artísticas.....	14
España.....	15
Video "Diversity" – diversidad mental	16
Set Creativo – diversidad mental	17
Francia.....	18
Teatro de improvisación.....	19
Set Creativo - clichés y estereotipos	19
Bibliografía	21

Introducción a la Creatividad

La creatividad es un **fenómeno relacional y contextual**. Su posibilidad de configurarse y su manifestación en acciones creativas e innovadoras se producen a través de las interacciones con otras personas y el contexto de la acción.

El proyecto *Think Diverse!* propone desarrollar habilidades creativas en la educación de adultos, especialmente en un momento de la historia en el que cada vez más personas se ven obligadas a cambiar de trabajo y de trayectoria profesional. Esta necesidad también se aplica a muchos jóvenes menores de 35 años, que luchan por encajar en un mercado laboral que requiere soft skills además de habilidades técnicas específicas.

A lo largo de los últimos 40 años, muchas publicaciones científicas han señalado una estrecha relación entre la creatividad y una serie de actitudes positivas en los adultos, como la capacidad de efectuar un cambio de actitud positivo, una actitud más abierta hacia nuevos estímulos intelectuales y el mantenimiento a lo largo de la vida de habilidades cognitivas superiores. Resulta evidente, pues, cómo la creatividad puede ser un elemento valioso para fomentar el aprendizaje, mejorar las oportunidades en la búsqueda de empleo y facilitar las transiciones en caso de cambio de carrera.

Citando a Tsai (2012) en "The Necessity of Creativity Development in Adult Learners for Lifelong Learning" (La necesidad de desarrollar la creatividad en los estudiantes adultos para el aprendizaje permanente), **el papel de la creatividad, dentro del aprendizaje permanente de los adultos, es desencadenar y facilitar la optimización de los conocimientos y habilidades aprendidos, permitiendo como resultado final una mayor capacidad de respuesta al cambio.**

Constantemente, los retos actuales, resultado de los cambiantes escenarios económicos y laborales, requieren una fuerte adaptabilidad, una expresión de nuevas formas de pensar, basadas en la búsqueda de problemas y en la resolución creativa.

En esta dirección, la educación del pensamiento creativo garantiza que los adultos puedan adaptarse a un mundo acelerado y marcado por la innovación constante, aumentando así su empleabilidad.

El objetivo de *Think diverse!* es integrar la competencia clave 8 "Competencia relacionada con la conciencia y la expresión cultural" en el ámbito de la educación de adultos, fomentando la concienciación sobre el tema de la diversidad; es decir preparar a los profesionales de la educación de adultos mediante el desarrollo de competencias creativas, incluso con referencia a la Diversidad Cultural y de Género; Desarrollar competencias creativas en los adultos que trabajan en el ámbito de la promoción social y la diversidad; Sensibilizar a los grupos destinatarios del proyecto sobre la relevancia de las competencias creativas; Experimentar con prácticas innovadoras en el ámbito de la formación; Crear un

nuevo modelo de colaboración entre empresas especializadas en investigación y formación y organizaciones artístico-creativas.

Dado que la creatividad es un elemento valioso para fomentar el aprendizaje y mejorar las oportunidades en la búsqueda de empleo y facilitar las transiciones profesionales, en las **actividades del proyecto IO1** se hizo hincapié en la comprensión de cómo se expresan y comunican creativamente las ideas y los significados en diferentes culturas y a través de una serie de artes y otras formas culturales.

Dado que el KC8 ve en su núcleo la creatividad declinada con el respeto a la diversidad de géneros y culturas.

Para que los comportamientos creativos sean más visibles, produzcan innovación y creen una capacidad duradera de creatividad, se necesitan condiciones que fomenten esta forma de pensar y actuar: un "clima para la creatividad", sin el cual no hay posibilidad de que aparezcan y perduren las acciones creativas.

Acciones que aumentan el potencial creativo:

- o **Fomentar** la creatividad
- o **Ayudar** a reconocer las capacidades creativas
- o **Apoyar** la creatividad

La creatividad tiene su origen en muchas habilidades y capacidades ordinarias, no en un talento aislado. Por lo tanto, es útil estimular y promover las habilidades simples, la sensibilidad y la eficiencia, y despertar la curiosidad.

La creatividad, según Ken Robinson, no es una habilidad distinta que algunas personas tengan y otras no. Es una función de la inteligencia: adopta muchas formas, se basa en muchas habilidades diferentes y todos tenemos diferentes posibilidades creativas. La creatividad es posible en cualquier forma de actividad en la que participe activamente la inteligencia humana. Sin embargo, **la creatividad sólo es posible en condiciones sociales favorables.**

Todos vivimos en un mundo de explosión de conocimientos, cambios rápidos e incertidumbre. Una de las formas básicas en que las personas adquieren una sensación de seguridad es desarrollando **un sentido de comunidad y pertenencia a un grupo.** "Toward a theory of education", de Jerome Bruner (1966), trata del aspecto social del aprendizaje. El autor describe la "profunda necesidad humana de interactuar con los demás y perseguir objetivos comunes", llamándola "principio de reciprocidad". Bruner afirma que la interdependencia es una fuente de motivación que todo profesor debe utilizar para estimular el aprendizaje.

Estructura y Objetivos del Marco Creativo

El proyecto Think Diverse!! pretende adoptar las nuevas metodologías y enfoques pedagógicos del aprendizaje de adultos, traducidos en modelos y módulos de formación, buscando formas abiertas y flexibles de enseñar, con el objetivo final de mejorar las competencias del personal especializado en educación de adultos.

Apuntando al desarrollo de habilidades a través del **arte** y la **creatividad** pretende promover las habilidades creativas en la educación de adultos, con el objetivo de fomentar un desarrollo personal y profesional más completo y orgánico que garantice una mayor empleabilidad. Se trata de construir un **stock de habilidades útiles** para su futuro incluyendo el desarrollo de su potencial creativo.

La **caja de herramientas** se desarrolla a través del método de co-diseño entre profesionales experimentados de la educación de adultos y profesionales del sector creativo con el fin de integrar metodologías y herramientas del sector creativo dentro de un marco de pedagogía creativa validado en la literatura (Lin, 2011), basado en 3 dimensiones: aprendizaje creativo, enseñanza para la creatividad y enseñanza creativa.

"APRENDIZAJE CREATIVO" implica un cambio de paradigma: de un enfoque descendente del aprendizaje a un proceso en el que los individuos aprenden a través de medios como preguntas, búsquedas, manipulaciones, experimentos e incluso juegos sin propósito, estimulando el aprendizaje espontáneo y potenciando el pensamiento divergente y creativo.

La dimensión **"ENSEÑAR PARA LA CREATIVIDAD"** pretende identificar las capacidades creativas de los jóvenes adultos y fomentar y ofrecer oportunidades para el desarrollo de dichas capacidades (Jeffrey & Craft, 2004: p. 81). En este caso, la atención se centra en los alumnos, a los que se debe capacitar para poner en práctica sus habilidades mediante la adopción de nuevas estrategias para aprender a aprender o para explorar nuevas posibilidades, con el fin de despertar la curiosidad y la motivación para aprender.

La **"ENSEÑANZA CREATIVA"** se refiere al uso de enfoques innovadores y creativos para hacer que el aprendizaje sea cada vez más interesante y eficaz; aquí son los profesionales/educadores/formadores quienes desempeñan un papel clave, ya que deben dotarse de un conjunto de herramientas que puedan estimular la imaginación y la creatividad de las personas que tienen delante.

Se prepararán herramientas innovadoras para cada una de estas 3 dimensiones con el objetivo de desarrollar las habilidades creativas de los jóvenes adultos, transfiriendo a los profesionales un nuevo enfoque para el desarrollo de la creatividad.

En los trabajos propuestos en **IO1**, cada socio preparó algunas herramientas y

materiales, formando los llamados **"Sets Creativos"**.

Enfoque teórico y práctico sobre la creatividad y la diversidad

[Un apoyo para los sets creativos – Un enfoque teórico y práctico de creatividad y diversidad](#)

Breve análisis del término "creatividad"

Este breve análisis es esencial, ya que no es posible asignar una única definición al término creatividad. Entre las nociones más comunes están las de idea, descubrimiento, invención, innovación, pero ninguna que logre representar su complejidad. Por lo tanto, es posible hablar de creatividad en términos de proceso creativo, definido a lo largo del tiempo por muchos estudiosos e investigadores como la única definición posible por ser la más objetiva. Además, el proceso creativo está presente en forma de potencial en cada individuo.

Cada individuo, de hecho, es considerado como el elemento pivote, necesario para activar los procesos creativos, pero sólo si se le estimula adecuadamente a través de ciertos factores, uno de los cuales es el contexto.

Educar y formar para la creatividad puede y debe hacerse, a todas las edades; para lograrlo, es necesario disipar los "falsos mitos" de la creatividad y devolver el sentido ético y relacional a este término tan maltratado..

La idea de la creatividad como atributo del ser humano surgió sólo en el siglo XX porque el acto creativo se ha percibido durante mucho tiempo como una característica precipitada y exclusiva de la divinidad: "Que el hombre pudiera ser creativo en el pensamiento y la acción se consideraba una blasfemia hasta hace pocos siglos" (Bendin, 1990, p. 13). Por eso, todavía hoy muchos, al referirse al hombre, prefieren utilizar el término "originalidad" en lugar de "creatividad".

Desde los años 70, el adjetivo creativo se ha cargado de connotaciones que lo convierten en sinónimo de "productivo", "inventivo", "imaginativo" y, sobre todo, se ha convertido en un sustantivo relativo a una actividad profesional específica. En algunos contextos, sin embargo, el adjetivo creativo ha adquirido también un significado disuasorio.

Esto ha ocurrido porque se ha producido una deriva del término creativo en el lenguaje común que ha llevado a calificarlo como contrario a la lógica y la racionalidad. Así, la creatividad ya no se considera algo excepcional, sino un elemento cotidiano en la vida de todos los individuos, un recurso fundamental al que recurrir en las distintas ocasiones de la vida y el trabajo.

En una perspectiva más amplia, la creatividad también se considera **un bien común que puede desarrollarse con el fin de mejorar la economía individual y social.** De ahí el valor que se da a todos los esfuerzos para que el comportamiento, el pensamiento, así como los esfuerzos para desarrollar y estimular todos los potenciales

individuales sean más creativos.

Hay muchas **teorías sobre la creatividad**. Algunos psicólogos piensan que proviene de impulsos inconscientes. Otros investigadores la consideran un síndrome o complejo (Runco y Saka-moto, 1999). Por último, los investigadores la atribuyen a las cualidades personales (Sternberg, 1999).

Creatividad: la clave para el futuro

¿Cuál podría ser la visión más eficaz de la creatividad para la educación de adultos?

Tenemos que fijarnos en la creatividad como **clave del futuro**.

Sin duda, en la llamada "sociedad de la información y el conocimiento", la creatividad adquiere una importancia estratégica tanto a nivel individual como organizativo. A nivel individual, hoy en día una persona ya no se encuentra ocupando el mismo papel durante años. A nivel organizativo, la competitividad de las empresas se basa precisamente en el **capital humano**, es decir, en el potencial creativo e innovador de sus recursos. **En este contexto, quienes pueden pensar de forma creativa consiguen resolver los problemas existentes, o reconocer y resolver nuevos problemas y abrir nuevos horizontes.**

"La época postfordista exige una organización del trabajo cuyo centro y recurso fundamental está representado por una subjetividad no caracterizada tanto por la cualificación técnico-profesional como por la capacidad de sostener la complejidad de las relaciones interpersonales, la filosofía y los procesos de innovación" (Rossi, 2009, pp. VIII-IX).

La creatividad es, pues, un importante factor de adaptación para los individuos, las empresas, las organizaciones y los sistemas sociales.

La multiplicidad de situaciones formativas en las que pueden encontrarse los individuos adultos y que implican, para serlo, algún cambio, son también inherentemente creativas.

Es necesario, sin embargo, construir un clima adecuado y, sobre todo, emprender acciones incisivas que den resultados duraderos.

En definitiva, **educar para la creatividad significa formar a la persona en su totalidad (360° como se suele decir), educarla para el bien común, para una ciudadanía mundial activa y responsable, para el diálogo y las relaciones interdisciplinarias e interculturales, educarla para el servicio a los demás, para hacer bien las cosas.**

Pero, ¿qué significa realmente "educar para la creatividad"?

Torrance (1977) ya había argumentado que educar para la creatividad significa

- valorar las ideas nuevas;
- sensibilizar a los sujetos a los estímulos;
- acostumbrar a la tolerancia de las nuevas ideas;
- acostumbrar al sujeto a estimar su propio pensamiento creativo

- fomentar y valorar el aprendizaje autónomo;
- provocar la necesidad de pensar creativamente;
- formar educadores animados por un espíritu creativo.

En cambio, numerosos estudios destacan cómo la creatividad puede educarse **a cualquier edad**.

La creatividad es un proceso intelectual, un "espacio", una apertura a otras cuestiones. **La creatividad es, por tanto, un conocimiento traslativo y metadisciplinar:** se estimula a través del contacto con "otros" conocimientos y se hace explícita a través de la posibilidad de transferir contenidos/técnicas/lenguajes/metáforas del conocimiento de un contexto a otro. Subyace la conciencia de la importancia de la expresión creativa de ideas, experiencias y emociones en una amplia variedad de medios, **como la música, la literatura y las artes visuales**.

Think Diverse y la Creatividad

En este contexto, se presentó el proyecto Think Diverse! durante la pandemia de Covid, con el objetivo de mejorar el desarrollo de habilidades y la inclusión a través del **arte** y la **creatividad**. Las prioridades del proyecto giran en torno a un pilotaje de **prácticas innovadoras en el sector educativo**; actividades para preparar y mejorar a los profesionales de la educación para abordar los retos de la igualdad de trato, la diversidad y la inclusión en un entorno de aprendizaje; desarrollar habilidades creativas; y mejorar la empleabilidad en los adultos, especialmente en los jóvenes menores de 35 años; sensibilizar a los grupos destinatarios del proyecto y a la población en general sobre la importancia de las habilidades creativas, tanto en relación con la educación de adultos como con la mejora de la diversidad cultural y de género; crear un nuevo modelo de colaboración transnacional entre empresas especializadas en investigación y formación y organizaciones artístico-creativas para desarrollar el espíritu creativo y experimentar con modelos de formación muy innovadores basados en metodologías creativas.

La idea principal **es promover la ciudadanía activa y la inclusión social a través del arte**, especialmente entre los jóvenes. Este público especial debe ser alcanzado a través de una relación construida con artistas y asociaciones culturales y creativas. Estos artistas y socios creativos colaborarán en la creación y puesta a prueba de módulos de formación y eventos de divulgación - actuaciones o cualquier tipo de evento artístico.

De hecho, la inclusión social es tanto el objetivo como el resultado de la actividad creativa, en la que el talento en la expresión artística consigue superar las barreras físicas, socioeconómicas, culturales, religiosas y de género, permitiendo a un gran número de personas expresarse como iguales. Por esta misma razón, las habilidades creativas pueden convertirse en una valiosa herramienta profesional, útil para ayudar a muchos jóvenes menores de 35 años,

incluso con menos oportunidades, a encontrar un empleo estable y satisfactorio.

La creatividad tiene una estructura multidimensional y evolutiva. Se caracteriza por el cambio de desarrollo a lo largo de toda la vida.

Al principio puede parecer que la creatividad no es realmente una habilidad muy demandada en el **mercado laboral**. Rara vez podemos imaginar que un directivo requiera creatividad para algunas de las funciones de oficina más comunes, como la administración, la gestión de proyectos, etc. Quizá algunos ni siquiera consideren la creatividad como una habilidad, sino más bien como un rasgo de la personalidad, o incluso un "don", algo con lo que nacemos y que no se puede entrenar. Pero el mercado laboral está cambiando, y para 2025, como indica el informe del Foro Económico Mundial para 2020 titulado "El futuro de los empleos", están surgiendo nuevas ocupaciones y se demandan nuevas habilidades como resultado de la innovación en inteligencia artificial (IA) y robótica.

Los empleos más propensos a la obsolescencia son los que tienen un alto componente de rutina y redundancia, mientras que los empleos del futuro son los que están muy conectados con los datos y las nuevas tecnologías, para los que se requiere un componente humano.

Entonces, ¿qué papel juega la creatividad dentro de este nuevo escenario?

La creatividad es una habilidad demandada para el futuro. Así que es el momento de plantearse qué es la creatividad, si es un rasgo o una habilidad, y para qué actividades es útil además de las artísticas. **La creatividad es la base de cualquier proceso de innovación.**

Según la OCDE, informe publicado en abril de 2019, "Las ideas y los avances creativos han hecho avanzar la cultura humana en todo el mundo en una serie de ámbitos (Hennessey y Amabile, 2010[1]): en la ciencia, la tecnología, la filosofía, las artes y las humanidades." En consecuencia, el pensamiento creativo puede considerarse como "una habilidad tangible, basada en el conocimiento y la práctica, que ayuda a los individuos a conseguir mejores resultados, a menudo en entornos limitados y desafiantes".

El proceso creativo siempre conduce a la realización de un "algo tangible" que se corresponde con invenciones o innovaciones.

El proceso creativo siempre conduce a la realización de un "algo concreto" que se corresponde con invenciones o innovaciones.

Test de creatividad Epstein

Creemos que es esencial ilustrar dos de las herramientas básicas y prácticas del Dr. Epstein sobre la creatividad. Estas pruebas se derivan de más de 25 años de investigación de laboratorio y de campo sobre la creatividad del Dr. Robert Epstein,

uno de los principales expertos mundiales en la expresión creativa de los individuos.

Cuestionario nº 1-Descubrir la propia creatividad: <http://mycreativityskills.com/>

Cuestionario nº 2-Explorar sus habilidades directivas en creatividad:
<http://mycreativityskills.com/managers>

El primer cuestionario mide los cuatro tipos de habilidades que ayudan a las personas a expresar su creatividad. Ha sido validado científicamente con una muestra de más de 13.000 personas en 47 países.

El segundo cuestionario es la versión completa del Inventario de Competencias Creativas para Directivos de Epstein (o ECCI-m), **un inventario de ocho tipos de habilidades que los directivos necesitan para estimular la expresión creativa de otras personas. Aunque** está diseñado para el entorno empresarial, el test también puede ser útil para padres y profesores.

En ambos cuestionarios hay que responder a las preguntas; no hay respuestas correctas o incorrectas, sólo hay que seleccionar la respuesta que mejor parezca. Después de responder a las preguntas, se proporciona un informe detallado que dará las puntuaciones y explicará lo que significan.

Este es sólo el primer paso; una vez que conozca su puntuación en el ECCI-m, **hay muchos caminos que puede seguir para mejorar las habilidades de gestión de la creatividad**, como juegos y ejercicios diseñados para fortalecer estas habilidades. Este camino se aplica a ambos cuestionarios.

SETS CREATIVOS

El proyecto desarrolla herramientas y recursos de aprendizaje, materiales, módulos y cursos de formación para promover la **creatividad, la cultura y la multiculturalidad**.

En los módulos de formación, denominados precisamente Sets Creativos, del proyecto Think Diverse, se allana el camino para la evolución de una estrategia relevante que se potencie en el ámbito de la gestión de la diversidad.

Los distintos Sets Creativos seleccionados para Think Diverse! se describen como una herramienta para poder desarrollar un **enfoque creativo**, un trabajo conjunto entre socios de 3 países europeos diferentes, para experimentar con nuevos modelos en el campo de la creatividad. Son una ilustración de la estrategia innovadora aplicada.

Para su creación, se crearon asociaciones que reflejaban las prioridades de la convocatoria, cada conjunto creativo estaba dedicado a un tipo de diversidad: **diversidad de género** (Skill up & TAG, Italia), **diversidad mental/sanitaria** (Curva Polar & Neotalentway, España) y **diversidad interreligiosa e intercultural** (iriv & Lirac, Francia).

Queremos proponer algunos ejercicios prácticos ensayados entre los equipos, trabajando sobre estereotipos y lugares comunes; una diversidad "geográfica" en las ciudades recogidas, Roma, Granada y París, como ejemplos de ciudades europeas modernas, multiculturales y diversas.

A continuación se analizan los tres países del proyecto y sus áreas temáticas:

Italia

PRESENTACIÓN: Performance Art – An Introduction

PRESENTACIÓN: Gender Diversity – IO1 Creative Sets

VIDEO: Creativo Set GENDER DIVERSITY - Italy

La **diversidad de género** es el eje temático del socio italiano, ya que es especialmente emblemático en la situación de desigualdad entre géneros y de la dificultad de hacer valer los derechos no sólo de las mujeres, sino de todas las personas cuya identidad personal y/o sexual no se corresponde exactamente con el modelo binario expresado por una mayoría católica y conservadora.

En el proyecto hemos optado por centrarnos principalmente en el universo hombre/mujer debido al número objetivamente muy elevado de personas implicadas, pero la atención se centra también en todas las personas cuyas preferencias o identidades sexuales no encajan en el dualismo tradicional, heterosexual,

hombre/mujer.

Las cuestiones de género suelen tener un impacto elusivo. La identidad de género de una persona puede marcar toda una serie de desventajas, o privilegios, a los que el individuo se enfrentará a lo largo de su vida. Por ello, es una coincidencia que términos como "feminicidio" se utilicen en círculos periodísticos y jurídicos, y estadísticamente, en 2021, en Italia, de 116 mujeres víctimas de homicidio, 103 fueron asesinadas por sus parejas (o ex parejas) mediante "feminicidio". Sólo esta cifra corresponde al 40% de todos los homicidios cometidos en Italia.

La cifra de 2021 sigue una tendencia muy similar en los últimos 10 años: se trata, por tanto, de un fenómeno consolidado: cada tres días, de media, una mujer italiana es asesinada sólo por haber intentado salir de una vida doméstica violenta o insatisfactoria.

Además, hoy en día, con el uso cada vez más precoz de los medios de comunicación y las redes sociales, donde los jóvenes a menudo carecen de la supervisión de un adulto para acceder a los contenidos en la web, las formas de ciberacoso basadas en el género y la percepción de la "diversidad" se han convertido en algo endémico.

Los datos presentados no difieren mucho de los de otros países, pero ciertamente hacen necesario repensar los modelos a ofrecer.

La **educación en la diversidad**, que debe transmitirse a través de cursos, talleres y proyectos, puede ser, a largo plazo, una forma de erradicar el fenómeno de la violencia y la discriminación de género.

Arte Escénico

¿Por qué es tan relevante el arte escénico?

El arte escénico desempeña un papel fundamental en el proyecto Think Diverse! El arte escénico no puede compararse con el teatro o la danza, ya que rompe los moldes de la representación, el espacio y el tiempo. Es interesante considerar la naturaleza interseccional de esta forma de arte.

El Arte escénico mezcla y **desafía los límites**: no es teatro, no tiene una cuarta pared, no es danza, no sigue una coreografía predeterminada con un ritmo preciso con sus estructuras. El arte escénico establece una **relación fluida** con el público, en la que el espectador es también parte integrante de la composición de una obra única en curso.

Del mismo modo, **la diversidad de género no se detiene en la tradición binaria hombre/mujer: esta "categorización" debe incluir también a los individuos que no se identifican necesariamente con este sistema dual.**

La percepción de la propia identidad surge de la socialización, de la relación con el

otro que refleja la íntima percepción de uno mismo.

El arte escénico también **encuentra su eje en la relación del intérprete con su cuerpo**, una verdadera herramienta de comunicación que transmite el mensaje al público. En este caso, el cuerpo no es lustroso, no responde a los cánones de estética tan impuestos y promovidos por la industria de la belleza, sino que es un cuerpo real con todas sus imperfecciones.

El **mensaje que transmite el arte de la performance va más allá de los patrones establecidos, al igual que la identidad de género va más allá de los patrones sociales**. El intérprete puede hacerse cargo de su propia identidad a través de la performance, experimentar lo efímero del arte escénico construyendo su propia identidad y socializándola con el público: las categorías impuestas se barajan de nuevo y, en otras palabras, las cuestiones de identidad, binaria y no binaria, se exploran en profundidad. El arte escénico puede transmitir mensajes de amor propio, o de lucha continua en la búsqueda de uno mismo.

Fundamentalmente, el mero hecho de participar en un set de arte escénico selecciona un abanico de usuarios con sensibilidad y apertura a lo diferente, al otro: esto crea un espacio seguro en el que se puede socializar siguiendo la propia identidad, y responder a la libertad de poder categorizarse o no en etiquetas predeterminadas.

Otro aspecto destacable del arte escénico es, sin duda, **la irregularidad del tiempo** en que se desarrolla. No hay ningún código o regla sobre la duración de la actuación: dura tanto como el artista necesite para expresar su mensaje o el público pueda entenderlo completamente. Las representaciones no suelen tener una conclusión predeterminada, sino que siguen el curso de los acontecimientos y la interacción con el público. Del mismo modo, la búsqueda de la propia identidad de género es un proceso fluido que no tiene una línea de llegada y no impone una fecha o un periodo determinado al individuo.

Cada actuación es una experiencia irrepetible porque no es una representación, pero eso no significa que no se pueda repetir el mismo trabajo. Esa acción sólo existe en el aquí y ahora; se puede repetir tantas veces como se quiera, pero nunca pasará a tener el mismo público, la misma interacción, a ser la misma que la vez anterior. El arte escénico es una expresión artística que debe clasificarse como arte visual con una fuerte misión transformadora. Es un ritual, personal y colectivo. Es una catarsis.

En conclusión, el arte escénico es la forma de arte que mejor refleja la necesidad de Think Diverse! en el campo de la diversidad de género a través de su experimentación y búsqueda de nuevas formas.

Set Creativo – diversidad de género

Los Sets Creativos tienen como objetivo contribuir al desarrollo de competencias clave, en este caso, se sugiere la creatividad como elemento fundacional en la formación.

Este set creativo **pretende abrir un debate sobre la diversidad de género** a través de la puesta en práctica de los formadores, con el **propósito de abrir un debate sobre la importancia de valorar la diversidad, respetar los diferentes pensamientos y puntos de vista, y construir un sentido de la ciudadanía.**

El objetivo es promover el respeto a la diversidad centrándose en un punto común: nuestra humanidad. A continuación se presenta una lista de las actividades propuestas:

- Actividad 1:

Vídeo: Estereotipos de género (Arte escénico) 10 minutos

Debriefing: Debate sobre los estereotipos de género a partir de las reacciones al vídeo.

- Actividad 2:

Presentación de diapositivas: Marco creativo: Arte escénico 30 minutos

Debriefing: Se puede llevar el debate desde el arte de la performance a diferentes temas, según el objetivo de la intervención y las preferencias del público: la relación con el propio cuerpo y el del otro, la creatividad y la libertad de expresión, la diversidad de género.

- Actividad 3:

Visionado de 4 vídeos (3-4 minutos cada uno) Temas: roles de género, dibujos animados de Disney y estereotipos de género, Evolución de la mujer en la publicidad italiana, El cuerpo de la mujer (documental)

Debriefing: (1 hr.) Se puede debatir sobre diferentes temas, dependiendo de los objetivos de la intervención y de las preferencias de la audiencia: Estereotipos de género, evolución de los roles de género, identidad de género, comportamientos no normativos.

- Actividad 4:

Páginas de redes sociales "El hombre que lo tiene todo" y "Labodif"

Debriefing: (1 hora) El debate se llevará a cabo a partir de la página "El hombre que lo tiene todo", una página satírica en la que los estereotipos habituales sobre las mujeres se vierten sobre los hombres, simulando que nos vamos a una sociedad en la que las mujeres mandan: ¿cómo responderíamos a las

provocaciones de la página? La página italiana de Facebook "Labodif" (laboratorio sobre las diferencias) es un lugar en el que las diferencias de género se mejoran poderosamente cada día, utilizando el método de la narración.

Actuaciones artísticas

El proyecto cuenta con dos actuaciones artísticas relevantes, que recogen algunos de los hechos sobre la diversidad de género y pueden servir para iniciar el debate.

La performance de Bárbara Lalle "**Dressed by you**" hace que las artistas, vistiendo sólo ropa interior blanca y neutra, inviten al público a escribir en su piel los peores insultos que han recibido, como un acto catártico que permite liberarse finalmente de la carga que el insulto ha tenido en las personas que lo han recibido.

El público puede escribir en el cuerpo de los artistas los insultos que han recibido, convirtiéndose en un acto catártico y liberador. Todo el mundo puede leer las palabras escritas en la piel, palabras que están vinculadas a fuertes estereotipos de género. Al final de la representación, las artistas miran al público, como si se felicitaran por haber tenido el valor de dejar atrás esos insultos.

Los intérpretes actúan como chivos expiatorios, sobre los que el público puede transferir los insultos recibidos a través de la forma mediada de la escritura. Durante cada representación, todo el mundo puede leer las palabras escritas en la piel de los artistas, palabras que casi siempre están relacionadas con fuertes estereotipos de género. Al final de la representación, las intérpretes miran al público sonriente, como para felicitarles por haber tenido el valor de desprenderse del peso de esos insultos, liberándose de ellos.

Esta representación, además de poner de manifiesto la pervivencia de muchos estereotipos de género, pone al público en la tesitura de tener que salir de su zona de confort de muchas maneras diferentes: para participar, la gente tiene que acercarse a las intérpretes, tocarlas, escribir en su piel con un rotulador, tiene que pensar en el insulto que recibió, recordarlo, y luego verlo escrito delante de sus ojos: **Es un gesto poderoso y liberador**, pero también difícil de realizar, por lo que decidimos no ofrecer la actuación en directo como herramienta educativa, sino sólo un vídeo, para que sea más aceptable para un público más amplio.

La actuación "**Buck Up and Cry!**" de Marco Marassi y Barbara Lalle se desnuda e intenta destruir algunos de los tabúes asociados a los hombres blancos heterosexuales en el mundo occidental mediante la desnudez, el llanto y el maquillaje.

Bárbara Lalle acompaña a los participantes (hombres) en un descenso hacia la aceptación de partes de sí mismos que la sociedad occidental dicta no afrontar o revelar: les ayuda a desnudarse hasta el pecho, les aplica un maquillaje con kohl y luego les administra unas gotas para los ojos que facilitan las lágrimas.

Marco Marassi interviene en ese momento, fotografiando en blanco y negro, con un efecto de iluminación dramático, a los hombres filmados en ese momento de vulnerabilidad.

El resultado final es una serie de retratos de hombres, todos ellos asemejados por las lágrimas que fluyen, rompiendo el maquillaje negro de sus ojos, desnudos en la zona enmarcada (primer plano amplio).

Tras la primera representación, se realizó un vídeo con los primeros 25 retratos, que ahora forma parte integral de las siguientes representaciones: a medida que los hombres son desnudados y maquillados, el vídeo entra en bucle frente a ellos, mostrando a los que ya han aceptado la cámara para que miren dentro de ellos y muestren un aspecto distinto y diferente de sí mismos.

España

PRESENTACIÓN: Creative Set – Mental Diversity

VIDEO: Creative Set – Mental Diversity _presentation

En España, la **integración** es uno de los objetivos para **mejorar el bienestar social y la inclusión**; es un aspecto importante que se trabaja cada vez más.

Un aspecto que marca profundamente las disparidades sociales son los problemas de salud mental. Las diferencias interpersonales se pueden clasificar, y una de las más importantes es la diversidad mental, en la que las personas con diferentes tipos de procesos mentales difieren de la media. Este tipo de diversidad puede obedecer a causas como problemas de salud mental o déficits cognitivos, derivados de determinadas alteraciones neuronales.

Los **problemas de salud mental** en España, y en el resto del mundo, son causa de **estigma** y **ostracismo** para las personas que los padecen. Las ideas preconcebidas y los estereotipos sobre el comportamiento de las personas con problemas de salud mental suelen carecer de validez y realismo. Sin embargo, estos prejuicios excluyen a las personas con alguna psicopatología de la vida social de forma directa e indirecta, sin tener en cuenta que estamos ante una situación bastante complicada.

A nivel mundial, las cifras sobre problemas de salud mental son alarmantes. Según la **Organización Mundial de la Salud (OMS, 2022)**, **los problemas de salud mental serán la principal causa de discapacidad en 2030**, superando al resto de enfermedades. Se prevé que una de cada cuatro personas sufrirá algún tipo de trastorno mental a lo largo de su vida. Más del 12% de los problemas de salud están directamente relacionados con las enfermedades mentales, superando al cáncer y a los problemas de salud cardiovascular. Actualmente, más de 450 millones de personas sufren un problema de salud mental. Dentro de estos datos, resulta especialmente llamativo el hecho de que más del 50 por ciento de los problemas comienzan antes de los 14 años y el 75 por ciento antes de los 18. Alrededor de 800.000 personas se

suicidan cada año, siendo la principal causa de muerte en jóvenes de entre 15 y 29 años.

Si nos centramos en el caso concreto de España, las cifras que encontramos son también preocupantes. Más de un millón de personas padecen un trastorno mental, lo que supone entre el 2,5% y el 3% de la población total. Casi la mitad de los jóvenes de entre 15 y 29 años cree haber tenido un problema de salud mental. Más de la mitad de las personas con un trastorno mental no reciben un tratamiento adecuado para su enfermedad. Este último dato es muy relevante porque la media de psicólogos clínicos en España es muy inferior a la media europea. En España hay 6 psicólogos clínicos por cada 100.000 habitantes, mientras que en Europa hay 18 por cada 100.000.

Teniendo en cuenta estas cifras, es necesario plantear diversas medidas de intervención para evitar que las personas con alguna psicopatología queden aisladas o marginadas. **Los problemas de salud mental continuarán en el futuro, por lo que es necesario educar sobre la diversidad de personas que conforman la sociedad y trabajar por un bien común**, independientemente de su situación individual.

Contar con una red de apoyo de calidad permite a la persona sentirse segura y avanzar.

El proyecto Think Diverse! es una excelente oportunidad para trabajar diversos temas personales y sociales, donde se pueden incluir casos reales que permitan alcanzar los objetivos propuestos.

Vídeo "Diversity" – diversidad mental

En el trabajo de diversidad mental, el uso de **medios visuales** es un elemento inspirador. A través de este medio, se muestra un mensaje claro y visual, que puede ser fácilmente comprendido por el receptor. Con el uso de elementos audiovisuales, es posible ver las emociones en los rostros de los participantes, percibir el tono de voz y escuchar el mensaje, lo que **incrementa la empatía con el problema**, ayudando a sensibilizar sobre el mismo.

En nuestro caso, la diversidad mental puede ser expuesta a través de la experiencia de personas que han sido afectadas por trastornos mentales o problemas cognitivos. La exposición en primera persona es especialmente útil para entender lo que se nos cuenta, ya que no se trata de una mera exposición de datos, sino de una historia de vida. Al utilizar actores para contar una experiencia en primera persona, la representación también puede ser útil para expresar, desahogar y exponer sentimientos que antes no se exteriorizaban. Es una forma de dar voz a los protagonistas, de encontrar una conexión con los actores para colaborar mejor en el proyecto.

En el proyecto Think Diverse! se desarrolló el vídeo "**Diversidad**" de Curva Polar, que consta de tres partes. En él se aborda la necesidad de **educar en la diversidad mental**, evitando el estigma de las personas que padecen condiciones mentales diferentes a las socialmente establecidas dentro de la norma.

En la **primera parte** del vídeo se pueden ver varias secuencias en las que se alternan

escenas de personajes con problemas y datos narrados por una voz en off. Las emociones de los participantes (actores principales) se exponen y la situación del problema es aclarada por el narrador.

En la **segunda parte** del vídeo, se exponen las opiniones personales de profesionales que han participado en el trabajo con personas con problemas de salud mental. Estos profesionales analizan los primeros minutos de la representación y hablan de la utilidad del mindfulness en la diversidad y la salud mental.

La **tercera y última parte** del vídeo muestra a los actores de la performance y al resto de los creadores mientras hablan de su experiencia en la implementación del proyecto y de la utilidad de la educación en salud mental.

Set Creativo – diversidad mental

Este conjunto creativo pretende abrir un diálogo sobre el tema de la diversidad, ya que ésta forma parte de la sociedad. La educación es el motor del cambio y debe aprovecharse al máximo para lograr una convivencia armoniosa.

El socio español propone varias actividades:

- Actividad 1

Presentación del video "Diversidad" (performance art) por (7 minutos)

Debriefing de 1 hora: mesa redonda en la que se comparten diferentes puntos de vista sobre el tema de la diversidad mental.

- Actividad 2

Presentación "Introducción a la diversidad mental" (20 minutos)

Sesión informativa de 1 hora: presentación de diapositivas con información sobre la diversidad mental y posterior puesta en común con los participantes.

- Actividad 3

Presentación de mini vídeos (3-4 minutos cada uno)

Clip 1: Cómo se representa la salud mental en los medios de comunicación:
<https://www.youtube.com/watch?v=LVJVaXzTAFo>

Clip 2: Un psicólogo real revisa las enfermedades mentales en las películas:
<https://www.youtube.com/watch?v=n7WH7A2v7OU>

Clip 3: Un experimento social sobre el estigma de la salud mental - Más allá de la etiqueta: https://www.youtube.com/watch?v=VQoiz4wfV_c

Clip 4: Una experiencia de TDAH (Una representación ficticia de lo difícil que puede ser)

Cortometraje: <https://www.youtube.com/watch?v=XurNAdjEgp4>

Debriefing 1 hora: El debate se centra en identificar los principales estigmas sobre las personas con diversidad mental y los casos ficticios y reales observados en los cortometrajes.

- Actividad 4:

Páginas en redes sociales:

Página de Facebook "Mental Health Movement": <https://www.facebook.com/MentalHMovement> Página de Facebook "Mental Health America": <https://www.facebook.com/mentalhamerica>

Debriefing de 1 hora: El debate se basará en el visionado de ambas páginas de redes sociales en Facebook. Se analizará si las publicaciones que aparecen en las páginas de apoyo a la salud mental son útiles y se presentarán ideas sobre cómo mejorarlas.

Francia

PRESENTACIÓN: Think diverse, be creative! – A French team with complementary competences Iriv & Lirac

PRESENTACIÓN: Think diverse, be creative – Example of creative set, Iriv & Lirac

INFORME: Case Studies – Dr Bénédicte Halba Iriv

VIDEO: Think Diverse, be creative!

El socio francés centra su trabajo en el principio fundacional de la Unión Europea: el **respeto a la diversidad**, especialmente en dos tipos de diversidad: la religiosa y la cultural.

En los últimos años, durante las pandemias de Covid, han surgido nuevas formas de discurso de odio en las que las religiones minoritarias son el blanco favorito de desinformadores y antisemitas.

En vísperas del Día Internacional de la Memoria del Holocausto y de la lucha contra el antisemitismo, el 27 de enero de 2022, la Organización Sionista Mundial y la Agencia Judía publicaron su informe anual sobre el antisemitismo en 2021. Las estadísticas no son alentadoras. El promedio de incidentes antisemitas reportados en 2021 fue de más de diez incidentes por día. Sin embargo, el número real de incidentes es significativamente mayor porque muchos no son denunciados por las víctimas por miedo y debido a la falta de supervisión y persecución por parte de las autoridades locales y las fuerzas del orden. Los principales incidentes han sido el vandalismo y la destrucción, las pintadas y la profanación de monumentos, así como la propaganda. Los incidentes de violencia física y verbal representaron menos de un tercio de todos

los incidentes antisemitas. Según las estadísticas, este es el año más antisemita de la última década. Esta inquietante afirmación se ve confirmada por los datos publicados en Francia en 2022 sobre los actos de violencia contra las religiones, con una proporción desmesurada de actos antisemitas en comparación con los actos anticristianos o antimusulmanes..

El **interculturalismo** es la clave de la competencia clave 8 en el marco europeo de las "ocho competencias clave", donde es la expresión de una mentalidad abierta a la sensibilidad cultural y su diversidad.

El proyecto Think Diverse **pretende potenciar la creatividad para abordar el problema de la diversidad en Europa**. La diversidad es la parte positiva; la discriminación es la parte negativa". En este último punto, el socio francés propone algunos ejercicios prácticos para abordar la cuestión de la discriminación ilustrada por clichés y estereotipos.

Los clichés y estereotipos son la expresión de un enfoque discriminatorio. Son el primer paso de un verdadero discurso de odio, en la medida en que distorsionan o dirigen las ideas u opiniones que se pretenden transmitir sobre determinados grupos de personas. Existe un alto nivel de peligro en este proceso que puede comenzar como "pensamientos u opiniones comunes" basados en "ideas repetidamente compartidas" y convertirse en un problema cuando se burla o estigmatiza sistemáticamente a un grupo de personas. Ya no se trata de un tópico "común", sino de un discurso de odio.

El mismo proceso se aplica a la desinformación, cuando un hecho puede presentarse en otro contexto distorsionando su significado, convirtiéndose en una noticia falsa. Los "desinformadores" y los "habladores de odio" pueden ser muy creativos e imaginativos.

Teatro de improvisación

Para centrarse en el enfoque del proyecto de Sets Creativos, el socio destaca la **importancia del Teatro de Improvisación**.

El Teatro de Improvisación está cerca de la cultura Hip Hop, dirigida a los jóvenes que viven en zonas urbanas sensibles. La cultura Hip Hop, en general, y el teatro de improvisación, en particular, forman parte de la educación y la cultura para todos, un enfoque inclusivo frente a un enfoque exclusivo de la cultura o la educación. La característica principal de este espectáculo concreto era que ofrecía una **gran libertad**, mezclando muchos tipos de teatro (clásico, moderno...), con el único punto común de estar basado en la comunicación (las palabras deben ser convincentes). La impresión de que se trata de un arte "amateur" es sólo una impresión superficial; este tipo de teatro requiere una gran capacidad de concentración, una importante memoria y una cuidadosa atención a los demás.

El teatro de improvisación es identificable como un "deporte". Se puede identificar un

vínculo con el deporte-partido del teatro de improvisación (MIT). Hay reglas muy especiales que deben seguirse, como el número de jugadores, el formato de la improvisación (en tiempo), las categorías dedicadas, la actitud de juego limpio entre los participantes y la evaluación de los jugadores. En consecuencia, se sugieren sanciones si se infringen las reglas: un árbitro asistido por dos personas da la palabra, recuerda las reglas y proporciona información a los jugadores.

Set Creativo- clichés y estereotipos

En cuanto a la puesta en práctica de los sets creativos, eje del proyecto, los profesionales que trabajen con jóvenes tendrán como objetivo utilizar el enfoque creativo de la improvisación teatral como proceso de formación por sus valores pedagógicos: cómo hablar en público, encontrando las palabras pertinentes en poco tiempo para responder a una pregunta o dar una respuesta pertinente; escuchar atentamente a los demás; respetar las normas comunes y el espíritu del juego limpio.

Además, el vídeo realizado por el socio francés ilustra con varios ejemplos la discriminación relacionada con la religión y la cultura. Abre una mesa redonda entre los niños, un diálogo abierto para denunciar clichés y estereotipos, un razonamiento sobre el uso de "etiquetas" estereotipadas en su vida cotidiana y cómo el uso de estereotipos utilizados en los medios de comunicación varía según "la etnia" de la que se hable. Un debate fascinante con el objetivo final de aumentar la conciencia y la importancia de la diversidad intercultural e interreligiosa.

Por último, el equipo francés de Think Diverse! reúne a los tres países -Italia, Francia y España- proponiendo ejercicios prácticos. A cada equipo se le pidió que trabajara sobre los lugares comunes y estereotipos sobre sus conciudadanos y los que tienen sobre sus vecinos. La pregunta era:

"Cuando piensas en España, Italia o Francia, ¿cuáles son las ideas o pensamientos que te vienen a la cabeza?".

A continuación, se reformularon las propuestas planteando un storytelling con un personaje caricaturesco inglés presentando a sus conciudadanos el español, el italiano o el francés en un extravagante "Simposio Internacional sobre la Diversidad en Europa". Esto se hizo con la máxima sutileza y sensibilidad, sabiendo que el mensaje depende de cómo se transmita y del contexto.

El socio francés ofrece ejemplos prácticos, especialmente un ejercicio que sugiere 3 partes: **lugares comunes y estereotipos relacionados con las nacionalidades, canciones que ilustran estos lugares comunes y estereotipos** (canciones generales que se dirigen a los jóvenes), **y lugares comunes y estereotipos relacionados con las ciudades**. En un primer punto se trabajan una serie de "dichos comunes" repetidos por la gente que pueden forjar una imagen muy negativa; en el segundo punto se sugieren algunas canciones ilustrativas que enriquecen los

estereotipos; y en un último punto se incluyen ideas caricaturescas sobre Roma, París y Granada.

Por último, he aquí los 12 estudios de caso propuestos por Iriv, que abordan la formación y la sensibilización en materia de diversidad permitiendo un análisis a la identificación de clichés y estereotipos en los discursos escuchados en los medios de comunicación (televisión, prensa, radio...) pero también en contextos privados (intercambios informales en reuniones públicas).

Estudio del caso 1 - clichés y estereotipos en los discursos públicos y privados (septiembre de 2021)

Estudio del caso 2 - el arma psicológica (octubre de 2021)

Estudio del caso 3 - la enseñanza de la Shoah (octubre de 2021)

Estudio del caso 4 - los abusos sexuales en la Iglesia de Francia (octubre de 2021) c

Estudio del caso 5 - los principios de la diversidad y la discriminación (abril de 2022)

Estudio del caso 6 - ejercer el sentido crítico (noviembre de 2021)

Estudio del caso 7 - igualdad de oportunidades (noviembre de 2021)

Estudio del caso 8 - lucha contra el antisemitismo (noviembre de 2021)

Estudio del caso 9 - relaciones entre hombres y mujeres (noviembre de 2021)

Estudio del caso 10 - violencia contra las mujeres (enero de 2022)

Estudio del caso 11 - lucha contra el antisemitismo (enero de 2022)

Estudio del caso 12 - exposición en el Instituto del Mundo Árabe (IMA) sobre los judíos de Oriente (marzo de 2022)

Bibliografía

- Canadas L. (2021) "Art et contestation", Paris: Atlande.
- Craft, A ; Jeffrey, B & Leibling , M. (2001) "Creativity in Education", Londres: A&C Black, 224 pages
- Csikszentmihalyi, M. (1996). « Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention ». New York: Harper Perennial.
- Desmots, Anne-Sophie (2010) «Le théâtre d'improvisation – une pratique artistique autonome en voie d'institutionnalisation qui dépasse le cadre du spectacle », Université de Strasbourg, Institut d'Etudes politiques, Mémoire de Master en Sociologie « Politique et gestion de la culture », sous la direction de M. Jay Rowell
- Dieynébou F. « Émergence du hip-hop en France. » in: Agora débats/jeunesses, 29, 2002. Des pratiques artistiques des jeunes. pp. 62-

- 65; https://www.persee.fr/doc/agora_1268-5666_2002_num_29_1_2020
- Dieynébou F., GÉNÉRATION HIP-HOP, Propos recueillis par Isabelle Magos, Érès | « L'école des parents », / Culture des cités/ 2012/1 N° 594 | pp 36 à 39- ISSN 0424-2238, DOI 10.3917/epar.594.0036- <https://www.cairn.info/revue-l-ecole-des-parents-2012-1-page-36.htm>
 - Epstein R., Schmidt, S.M & Warfel, R (2008) "Measuring and Training Creativity Competencies: Validation of a New Test", University of California, San Diego, CREATIVITY RESEARCH JOURNAL, 20(1), 7-12, 2008; Copyright # Taylor & Francis Group, LLC ; ISSN: 1040-0419 print=1532-6934 online ; DOI: 10.1080/10400410701839876
 - Epstein R & Phan V (2012) "Which competencies are most important for creative expression?", CREATIVITY RESEARCH JOURNAL, 24(4), 278-282, 2012, San Diego (California, USA): Taylor & Francis Group, LLC - ISSN: 1040-0419 print=1532-6934 online; DOI: 10.1080/10400419.2012.726579
 - Erikson E H (1993) "Childhood and Society", New York & London: Norton Company.
 - Franken R. (1994). Human Motivation. CA: Cengage Learning, Inc.
 - Fryer, M. (1996). Creative teaching and learning. London: Paul Chapman Publishing Ltd.
 - G. B. Esquivel, « Teacher behaviors that foster creativity”, Published 1 June 1995, Educational Psychology Review, DOI:10.1007/BF02212493, Corpus ID: 55090518
 - Feldman, D., & Benjamin, A. (2006) Creativity and education: An American retrospective. Cambridge Journal of Education, 36, 319-336. doi:10.1080/03057640600865819
 - Lin, Yu-Sien, "Fostering Creativity through Education—A Conceptual Framework of Creative Pedagogy ", Creative Education 2011. Vol.2, No.3, 149-155, DOI:10.4236/ce.2011.23021.
 - May R. (1994). The Courage to Create. New York: W.W.Norton &C.
 - National Advisory Committee on Creative and Cultural Education - NACCCE (1999). All our futures: Creativity, culture and education, national advisory committee on creative and cultural education. London: DFEE.
 - OECD, "Framework for the Assessment of Creative Thinking in PISA 2021: thid draft", Paris, April 2019- <https://www.oecd.org/pisa/publications/PISA-2021-creative-thinking-framework.pdf>
 - Parés-Badell O, Barbaglia G, Jerinic P, Gustavsson A, Salvador-Carulla L, Alonso J (2014) Cost of Disorders of the Brain in Spain. PLoS ONE 9(8): e105471. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0105471>
 - Parnes, S. J. (1963). Education and creativity. In P. E. Vernon (Ed.) (1970), Creativity: Selected readings. Middlesex: Penguin Books Ltd.
 - Shaheen, R. (2010) "Creativity and Education" Creative Education. Vol.1, No.3, 166-169
 - Stuckey H.L ² Nobel J (2010) "The connection between art, healing and public health: a review of current literature, American Journal of Public Health, February, Vol 100, n°2
 - Torrance, E. P. (1963). Education and the creative potential. Minneapolis, MN: The University of Minnesota Press
 - Torrance, E. P., & Myers, R. E. (1970). Creative learning and teaching. New York, NY: Dodd, Mead & Company.

- Weisberg R. (1986). *Creativity: Beyond the Myth of Genius: Genius and Other Myths*. USA: W.H.Freeman & C.
- World Health Organization (2022). *Mental Health*. World Health Organization: https://www.who.int/health-topics/mental-health#tab=tab_1
- Maria Cinque, (2010). *La creatività come innovazione personale: teorie e prospettive educative*, *Giornale Italiano della Ricerca Educativa*, anno III, numero 5, dicembre 2010, SIRD Società Italiana di Ricerca Didattica. Documento completo al https://issuu.com/pensamultimedia/docs/sird_n._5-10