

Cada uno hizo un anuncio publicitario de sí mismo. A partir de ahí surgió el análisis de cada pieza: si se trata de un producto, una marca o un servicio; según el estilo, para qué medio sería adecuado; para cuáles no; a quién se dirigieron en el mensaje, qué “vendían” y otros aspectos que les permitieron tomar conciencia de que la creatividad no es un flecha lanzada al vacío. Comprendieron en forma práctica y concreta que los mensajes se escriben para algo y para alguien. De hecho, uno de los temas incluidos en un trabajo práctico fue argumentar el porqué del refrán popular chino: “Una flecha sin un objetivo, jamás dará en un blanco”.

Con esto quiero ilustrar que desde el comienzo abordamos todos los aspectos contenidos en el programa, sólo que en forma gradual. Y luego, después de la experiencia (nunca antes), viene el análisis, la toma de conciencia, la conceptualización, la profundización y la asimilación del conocimiento. A partir de ahí utilizan conscientemente y a voluntad las herramientas adquiridas.

Llegando al último tramo del cuatrimestre, sin tener todavía notas finales, me aventuro a decir que recorrimos un camino lleno de aprendizajes, tanto mis alumnos como yo, que pudimos dar lugar a lo creativo de cada uno, compartimos ideas, desafíos y, fundamentalmente, recorrimos kilómetros de tinta que nos llevaron a nuevos titulares, textos y slogans osados e innovadores. Cada uno pudo descubrir el creativo que llevaba dentro y desarrollar herramientas que posibiliten, más que aprobar una materia, entender cuánto trabajo y cuánto conocimiento hay detrás de una simple frase publicitaria.

Abstract: The challenge is how to develop an “academic” way to teach creative writing without restricting freedom.

Words are the life support of writing and allow plenty of connections. The writing is vehicle concepts, and these are infinite: always be combined in a new way, add, edit, improvise, change, develop, discover or invent new meanings, forever.

But it is to write when clarifying the thoughts not before, but it is during the writing when the sense the text is taking is understood.

Key words: Teaching - Creative - Writing - Workshop - Freedom.

Resumo: O desafio é como desenvolver um modo acadêmico de ensinar a escritura criativa sem restringir a liberdade.

As palavras são os suportes vitais da escritura e permitem infinidade de conexões. O escrito é veículo de conceitos, e estes são infinitos: sempre pode se combinar de uma nova maneira, agregar, corrigir, improvisar, mudar, variar, desenvolver, descobrir ou inventar novos sentidos. Sempre.

Mas é ao escrever quando se aclaram os pensamentos; não é antes, senão durante a escritura que se compreende o sentido que vá tomando o texto.

Palavras chave: Ensino - Criatividade - Escritura - Oficina - Liberdade.

(*) **Betina Mariel Besignor.** Técnica Superior en Publicidad (Fundación de Altos Estudios). Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Comunicación y Creatividad Publicitaria en la Facultad de Diseño y Comunicación.

(**) El presente escrito fue presentado como conferencia dentro del Tercer Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño (2012). Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

Cómo reconocer a un pequeño Ogilvy sentado en el aula

Marcelo Cabot (*)

Actas de Diseño (2014, Julio),
Vol. 17, pp. 181-183. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: mayo 2012
Fecha de aceptación: septiembre 2012
Versión final: febrero 2013

Resumen: Muchas veces nos adelantamos a decir que alguien no encaja en los cánones sociales. Pero ese alguien puede estar queriendo invitarnos a cambiar nuestras rigideces que se cierran a lo nuevo. Lo nuevo, siempre molesta. Conocer características del ser creativo nos ayuda a saber que a primera vista quizás estas personas no encajarán en moldes sociales, correctos y esperados. Decir “creativo” es pensar en seres pintorescos, pero saber más nos ayuda a conocerlos realmente. A un alumno correcto lo reconocemos fácilmente porque hay empatía con los lugares conocidos. La verdad es que a los Einstein y a los Galileos los aceptamos después. Estemos preparados para verlos y no anularlos.

Palabras clave: Creatividad - Alumno - Individuo - Aula - Docente.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 183]

Para quienes no lo saben, David Ogilvy es un pionero de la publicidad y hoy es el nombre de una de las agencias más reconocidas en el mundo.

Decimos “un Ogilvy”, pero estamos hablando en forma general de un iniciador, de toda persona que lanza una propuesta para hacer las cosas de un modo nuevo. Hablamos de un ser creativo.

En el “cómo reconocer a un talento”, en todo caso lo que nos tendremos que proponer es sospechar de nosotros mismos cuando ese talento aparezca, así podemos alentarlos y no anularlos. Somos profesores que nunca terminan de aprender. Y dudar no es propiedad única de los inseguros, muchas veces es de inteligentes.

A un alumno correcto lo reconocemos fácilmente porque hay empatía con los lugares conocidos: nos encanta que alguien no moleste. Al brillante con genio podremos verlo, pero por momentos nos incomodará. Aunque será mejor preferir alguien que nos desafíe y que nos haga correr de nuestros lugares conocidos.

Este escrito no se trata de una lista de tips a seguir, sino de una reflexión sobre lo que pasa cuando la norma establecida y la creatividad –o lo que rompe formas– se encuentran.

Seguramente no sabremos cómo se hace para reconocerlo, porque será creatividad pura. Será alguien que nos sacará de lo que hasta hoy conocemos.

Conozcamos algunas características para que podamos saber que a primera vista quizás estas personas no encajarán en moldes sociales, correctos y esperados.

El interior del individuo creativo

El Instituto para el Análisis e Investigación de la Personalidad de la Universidad de California llevó a cabo estudios de la personalidad de individuos creativos en diversos campos de la ciencia y de la cultura.

Estos individuos son inteligentes, originales, independientes en su pensar y en su hacer, abiertos a la experiencia de su medio interior y del exterior, intuitivos, estéticamente sensibles y libres de limitaciones inhibitorias. Poseen también un alto grado de energía, un compromiso perseverante en el esfuerzo creador y un fuerte sentido de predestinación, que incluye cierto grado de capacidad de decisión y egoísmo.

También se cuentan entre las características del individuo creativo, el humor, la curiosidad, el afán de manipular los objetos, la capacidad para encontrar interrogantes y para estructurar de otra forma las ideas que se presentan. Las características de personalidad que se citan son las de autonomía, femineidad de los intereses, dominancia, autoafirmación, autoaceptación y complejidad psicológica. Para resumir diferentes investigaciones acerca de las características de la creatividad podríamos agrupar los resultados de la siguiente manera:

“El individuo creativo es capaz de tolerar la ambigüedad conceptual; no se angustia por el desorden configurativo, sino que lo percibe más bien como una limitación a una síntesis de orden superior”. Como parte del informe, los individuos creativos toleraban el desorden mejor

que los que no lo son, y enuncia hipótesis acerca de las personas creativas:

- Prefieren la complejidad y cierto desequilibrio aparente en los fenómenos.
- Son psicodinámicamente más complejos y tienen un mayor ámbito personal de creatividad.
- Más independientes en sus juicios.
- Más autoafirmativos y dominantes.
- Rechazan la represión como mecanismo para el control de los impulsos.
- Dotados de grandes reservas de energía disponible. Esta energía puede ser, con frecuencia, resultado de un alto nivel de salud psíquica.
- El valor es uno de los componentes necesarios en el carácter del creativo. Hace falta valor para hacer frente a la muchedumbre incrédula con una nueva teoría o una obra original. Einstein arriesgó su vida profesional con la teoría de la relatividad, Freud fue objeto de burla, a Darwin se le tachó de enemigo del cristianismo y Galileo fue encarcelado y obligado a retractarse.

Características básicas de las personas altamente creativas

- Son más observadores que la mayoría.
- Expresan verdades a medias.
- Además de ver las cosas como otras personas, las ven de diferente manera.
- Se sienten motivados por su talento y valores.
- Son capaces de manejar y comparar varias ideas al mismo tiempo y efectuar síntesis más elaboradas.
- Su impulso sexual es más acentuado, son más vigorosos físicamente y más sensibles.
- Tanto su vida como su percepción del universo son más complejos.
- Están más conscientes de sus motivaciones y fantasías.
- Su yo es suficientemente fuerte como para efectuar regresiones sin riesgo de desintegración.
- Permiten que la distinción entre sujeto y objeto desaparezca en algunas situaciones, como en el amor y el misticismo.

Negativos a primera vista: por ejemplo, la persona se siente descontenta, perturba la organización, estructura defectos, se equivoca, es terca y temperamental.

Deseables para cualquier ser humano: por ejemplo, la persona que manifiesta creatividad es descripta como altruista, energética, trabajadora, persistente y versátil. Divergentes: por ejemplo, se sienten atraídas hacia lo misterioso, desafían las convenciones sociales, son independientes en sus juicios y pensamiento, sus hábitos son raros y tajantes.

Estos sujetos se interesan poco en los detalles y aspectos prácticos y concretos de la vida, se inclinan a los significados y equivalentes simbólicos de las cosas e ideas, son capaces de tolerar la tensión provocada por valores en conflicto y efectuar una síntesis e integración entre

ambos aspectos. A estas cualidades distintas se agrega el sentido del humor.

La sensibilidad hace referencia a un estado de conciencia de las cosas tal y como ellas son, más bien que tratando de conformarlos a un contexto determinado previamente. La persona creativa es receptiva ante el mundo de los objetos, ante los problemas, ante los demás, ante la evidencia a los impulsos inconscientes.

Otro rasgo generalmente aceptado es el de la tolerancia frente a la ambigüedad. Se trata de la capacidad para aceptar el conflicto, tolerar las incoherencias y contradicciones, aceptar lo desconocido, no sentirse incómodo ante lo ambiguo, lo no del todo exacto, lo inseguro.

El individuo creativo puede posponer sus decisiones y aceptar su dilación como una exigencia y un reto placentero.

La flexibilidad constituye una extensión de los rasgos de receptividad y tolerancia de la ambigüedad.

Estas características permiten al individuo asumir el cambio y sacar provecho de él. Esta flexibilidad permite operar sin estar atado a formas rígidas y escapar a las soluciones tradicionalmente dadas.

Pero siempre volvemos a estar en el comienzo. Hoy es sólo un chico que está ahí sentado, vemos que dice "Ogilvy" escrito en la portada de su trabajo práctico, pero todavía no es Ogilvy. La verdad es que, a los Einstein y a los Galileos los queremos después.

Estemos preparados para verlos y no anularlos.

Abstract: Many times we anticipate that someone does not fit the social standards. But that someone may be willing to invite us to change our rigidities that are closed to new. The new, always bothers.

To know characteristics of being creative helps to know that at first glance may not fit these people in social, correct and expected molds. Saying "creative" is to think in picturesque people, but knowing more helps us to know them really. A right student can be easily recognized because there is empathy with the known places. The truth is that the Einsteins and the Galileos accept them later. Be prepared to see them and not to annul them.

Keywords: Creativity - Student - Guy - Classroom - Teacher.

Resumo: Muitas vezes dizemos que alguém não concorda com os cânones sociais. Mas esse alguém pode estar-nos invitando a mudar nossos preconceitos que se fecham ao novo. O novo sempre molesta. Conhecer características do ser criativo nos ajuda a saber que, a primeira impressão, estas pessoas não coincidem com os modelos sociais, corretos e esperados. Dizer "criativo" é pensar em seres diferentes, mas saber mais nos ajuda a conhecê-los realmente. A um estudante correto o reconhecemos facilmente porque há empatia com os lugares conhecidos. A verdade é que aos Einstein e aos Galileo os aceitamos depois. Devemos estar preparados para vê-los e não anulá-los.

Palavras chave: Criatividade - Estudante - Individuo - Classe - Docente.

(*) **Marcelo Cabot.** Redactor Publicitario de la Asociación Argentina de Agencias de Publicidad. Docente de la Universidad de Palermo en el Departamento de Comunicación y Creatividad Publicitaria en la Facultad de Diseño y Comunicación.

(**) El presente escrito fue presentado como conferencia dentro del Tercer Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño (2012). Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

El artista: un diseñador creativo

Graciela Casella (*)

Actas de Diseño (2014, Julio),
Vol. 17, pp. 183-186. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: mayo 2012
Fecha de aceptación: septiembre 2012
Versión final: febrero 2013

Resumen: Basándonos en la Teoría del Significado (Kreitler & Kreitler, 1990), la investigación trata sobre el uso de referentes arquitectónicos y su relación con la creatividad en diseño. Los resultados de los coeficientes de la regresión realizada entre los factores de los referentes, y las variables de la creatividad indicaron que los aspectos más valorados fueron aquellos que tenían que ver con experiencias y conceptos derivados del referente, y en segundo término los aspectos relacionados con las funciones del referente. Ambos factores estuvieron estrechamente relacionados con la creatividad en diseño. Proponemos un programa de intervención para la enseñanza de diseño.

Palabras clave: Artista - Diseñador - Creatividad - Significado - Arquitectura.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 186]

En los inicios del siglo XX, cuando finaliza la década del 10, termina la Primera Guerra Mundial, en el año 1918,

dejando una Europa devastada, moralmente, económicamente y socialmente, surge un grupo de artistas entre