

Educar para crear: creatividad, pedagogía y transformación en la enseñanza contemporánea de la moda

Lourdes Medina de Picagua⁽¹⁾

Resumen: El presente escrito desarrolla una investigación exploratoria y reflexiva acerca de la creatividad en la educación en moda y los desafíos pedagógicos que implica educar para crear en un contexto atravesado por transformaciones tecnológicas, culturales y productivas. Se sostiene que la creatividad no es un atributo espontáneo ni exclusivamente técnico, sino una construcción pedagógica que requiere entornos educativos que habiliten la exploración, legitimen el error y fomenten la autonomía. A partir de aportes de la pedagogía crítica y del pensamiento proyectual, se analiza el cambio en el perfil del estudiante contemporáneo y la necesidad de migrar hacia metodologías activas, colaborativas y contextualizadas. Se concluye que la educación en moda debe reformular sus estrategias para responder a una industria caracterizada por la sostenibilidad, la digitalización y la construcción narrativa de identidad.

Palabras clave: Moda - creatividad - pedagogía - docencia, mentoría - mediación, tecnología - educación - digitalización - pensamiento proyectual.

[Resúmenes en inglés, portugués e italiano en la página 150]

⁽¹⁾ Ver CV en pág. 150

Introducción

La educación en diseño de moda enfrenta actualmente un punto de inflexión. Los estudiantes ya no aprenden ni se vinculan con el conocimiento del mismo modo que hace una década. Son visuales, digitales, multitarea; demandan inmediatez y buscan sentido en lo que producen. Desean ser protagonistas de su proceso formativo y no solo receptores de contenidos.

Frente a este escenario, nuestro rol como formadores se resignifica. Ya no somos únicamente quienes enseñan contenidos técnicos. Somos quienes acompañan procesos, facilitamos búsquedas, inspiramos pensamiento crítico y ayudamos a que cada estudiante descubra su potencial creativo.

Paralelamente, la industria de la moda evoluciona hacia modelos atravesados por la sostenibilidad, la tecnología 3D, la inteligencia artificial, la economía circular y la construcción de identidad cultural. En este escenario, surge una pregunta central: ¿cómo educar para crear en un contexto de cambio permanente?

Educar para crear no es únicamente enseñar técnicas de patronaje, confección o ilustración. Es formar mentes capaces de pensar críticamente, cuestionar paradigmas y proponer soluciones innovadoras.

Como sostiene Paulo Freire (1970), “enseñar no es transferir conocimiento, sino crear las posibilidades para su producción o construcción” (p. 47). Esta afirmación interpela directamente la práctica docente en el diseño: el aula no puede ser un espacio de repetición, sino de construcción colectiva de sentido.

Esta idea resulta fundamental para la enseñanza del diseño, el docente no transmite creatividad, sino que genera condiciones para que emerja.

Marco teórico

Creatividad como construcción pedagógica

La creatividad ha sido históricamente asociada al talento individual o al genio artístico. Durante mucho tiempo se consideró que las capacidades creativas eran cualidades innatas que solo algunas personas poseían. Sin embargo, desde perspectivas contemporáneas en educación y psicología se plantea que la creatividad puede desarrollarse mediante procesos pedagógicos que favorezcan la exploración, la reflexión y la experimentación dentro de contextos de aprendizaje significativos.

En este sentido, Ken Robinson (2011) sostiene que la creatividad debe entenderse como una capacidad que puede cultivarse a través de la educación. El autor define la creatividad como “el proceso de tener ideas originales que tienen valor” (p. 202), destacando que esta habilidad no se limita al ámbito artístico, sino que forma parte de las competencias necesarias para desenvolverse en contextos sociales, culturales y profesionales cambiantes. Desde esta perspectiva, los procesos educativos deberían propiciar ambientes de aprendizaje que estimulen la curiosidad, el pensamiento divergente y la posibilidad de explorar distintas soluciones frente a un mismo problema.

De manera complementaria, Mihaly Csikszentmihalyi (1998) plantea que la creatividad no es únicamente un fenómeno individual, sino que surge de la interacción entre el sujeto y su contexto sociocultural. Para el autor, las ideas creativas emergen cuando los individuos participan activamente en campos de conocimiento y sistemas culturales que reconocen y validan esas innovaciones. En este sentido, la creatividad se configura como un proceso dinámico que se desarrolla a partir del diálogo entre las experiencias personales, el conocimiento disciplinar y las condiciones del entorno educativo y social.

Desde esta perspectiva pedagógica, la creatividad puede entenderse como una construcción que se desarrolla progresivamente a través de experiencias educativas que promueven la experimentación, la reflexión crítica y la producción de conocimiento. En el ámbito

del diseño de moda, esta concepción resulta especialmente relevante, ya que el proceso creativo implica articular elementos estéticos, culturales, tecnológicos y sociales. Por ello, la formación en diseño debe propiciar entornos de aprendizaje donde los estudiantes puedan explorar ideas, interpretar contextos y desarrollar propuestas innovadoras que respondan a problemáticas reales y a narrativas culturales contemporáneas

En este contexto, los enfoques pedagógicos contemporáneos han incorporado estrategias que buscan garantizar una educación inclusiva y flexible. Uno de ellos es el Diseño Universal para el Aprendizaje (DUA), desarrollado por la organización CAST, el cual propone diseñar experiencias educativas que contemplen la diversidad de formas en que los estudiantes perciben, procesan y expresan el conocimiento. Este enfoque pedagógico garantiza la accesibilidad del aprendizaje y promueve la participación activa de todos los estudiantes dentro del proceso educativo.

En este sentido, el DUA favorece el desarrollo de procesos metacognitivos, entendidos como la capacidad de los estudiantes para reflexionar sobre su propio aprendizaje, reconocer sus fortalezas y dificultades, y asumir un rol activo en la construcción del conocimiento. Tal como señalan Méndez y Sánchez (2021), este enfoque pedagógico promueve la metacognición al permitir que los estudiantes participen de manera más consciente y autónoma en su proceso formativo. De esta manera, la implementación del DUA en la enseñanza del diseño de moda posibilita la creación de entornos de aprendizaje más inclusivos y dinámicos, donde los estudiantes pueden explorar distintas formas de representación, experimentación y expresión creativa

Inteligencia Artificial en la pedagogía en moda: herramienta, no sustitución.

La irrupción de la Inteligencia Artificial introduce un nuevo desafío pedagógico. Herramientas de generación de imágenes, modelado automatizado o análisis de tendencias amplían exponencialmente las posibilidades del diseño. Sin embargo, la IA no reemplaza el pensamiento crítico ni la sensibilidad cultural.

Como advierte Sennett (2008), la técnica sin reflexión pierde profundidad ética. En este sentido, la IA debe comprenderse como instrumento proyectual que potencia la exploración, pero cuya orientación depende del criterio humano.

El docente, en este contexto, asume un rol de mediador tecnológico. No se trata de resistir la innovación, sino de integrarla críticamente. La IA puede convertirse en recurso para estimular iteraciones rápidas, visualizar conceptos o explorar narrativas alternativas. Sin embargo, la construcción de identidad, la ética de la sostenibilidad y la interpretación cultural siguen siendo dimensiones humanas.

Educar para crear en la era de la inteligencia artificial implica enseñar a los estudiantes no solo a manejar herramientas digitales, sino a hacerlo con un criterio crítico y reflexivo, comprendiendo tanto sus posibilidades como sus limitaciones. En el ámbito del diseño de moda, esto significa que la tecnología no reemplaza la creatividad, sino que la potencia

cuando se utiliza de manera consciente: por ejemplo, generando prototipos, explorando combinaciones de texturas y colores, o simulando patrones de producción, siempre integrando la visión estética y cultural propia del diseñador.

Según Ken Robinson (2011), la creatividad puede cultivarse mediante experiencias educativas que fomenten la exploración, la experimentación y el pensamiento divergente. Aplicado a la moda, esto implica que las herramientas digitales deben convertirse en mediadoras del proceso creativo, no en soluciones automáticas que sustituyan la reflexión o la innovación del estudiante. Así, el diseñador aprende a utilizar algoritmos, software de diseño y simuladores de manera estratégica, manteniendo el control sobre las decisiones conceptuales y estéticas, mientras la tecnología agiliza la experimentación y amplía las posibilidades expresivas.

De esta manera, la integración de la IA en la educación en diseño de moda se alinea con los principios de la creatividad pedagógica: promover la autonomía del estudiante, el aprendizaje experiencial y la capacidad de reflexionar sobre el propio proceso creativo, garantizando que la tecnología se use como una herramienta al servicio de la imaginación y no como un reemplazo de la creatividad humana.

El rol del docente en la transformación del perfil del estudiante

Los estudiantes actuales presentan características que modifican profundamente la dinámica educativa: son visuales y digitales, procesan múltiples estímulos simultáneamente, requieren retroalimentación rápida, buscan propósito y sentido social en sus creaciones y por sobre todo valoran autenticidad, sostenibilidad y tecnología.

Este perfil exige una pedagogía menos lineal y más interactiva. La lógica expositiva tradicional pierde eficacia frente a metodologías basadas en proyectos, co-creación y resolución de problemas reales.

Este cambio responde a la transformación del perfil estudiantil. Los jóvenes diseñadores no desean reproducir fórmulas; buscan construir discursos propios. Ken Robinson (2011) advierte que “si no estamos preparados para equivocarnos, nunca se nos ocurrirá nada original” (p. 3). Por ello, el docente debe legitimar el error como parte constitutiva del proceso creativo.

Desde un enfoque colaborativo, la didáctica innovadora promueve instancias de co-diseño, trabajo interdisciplinario y diálogo horizontal. El aula se convierte en laboratorio donde se investiga, se experimenta y se reflexiona colectivamente.

En el contexto actual, el docente ya no es transmisor de contenido. Su función se amplía convirtiéndose en:

- Curador de experiencias, seleccionando estímulos, referencias y problemáticas pertinentes.
- Facilitador de procesos, acompañando metodologías proyectuales más que imponiendo resultados.

- Acompañante de búsquedas creativas, respetando la identidad de cada estudiante.
- Promotor de curiosidad y pensamiento crítico, estimulando la reflexión ética y cultural.

En la enseñanza de moda, el docente asume un rol cada vez más complejo que combina las funciones de mediador de experiencias y mentor del proceso creativo. Como mediador, su tarea consiste en generar contextos de aprendizaje significativos donde los estudiantes puedan interactuar con referentes visuales, tendencias, materiales, tecnologías y problemáticas sociales vinculadas a la moda. En lugar de limitarse a transmitir conocimientos técnicos, el docente diseña situaciones pedagógicas que estimulan la investigación, la experimentación y la reflexión crítica. De esta manera, el aula se transforma en un espacio dinámico donde se analizan contextos culturales, se exploran identidades estéticas y se construyen propuestas que dialogan con la realidad contemporánea.

Al mismo tiempo, el docente actúa como mentor al acompañar los procesos individuales de cada estudiante. En el diseño de moda, donde la creatividad y la identidad personal juegan un papel central, el mentor orienta sin imponer, escucha las inquietudes de los estudiantes y guía sus búsquedas conceptuales y formales. Su intervención se centra en fortalecer la confianza del estudiante, ayudarlo a reconocer sus fortalezas y estimular la capacidad de transformar ideas en propuestas innovadoras. Este acompañamiento resulta clave para que los futuros diseñadores desarrollen una mirada crítica y una voz propia.

En este sentido, la combinación de mediación pedagógica y mentoría permite construir procesos de aprendizaje más profundos y significativos. El docente no solo transmite conocimientos, sino que crea las condiciones para que la creatividad emerja y se consolide a través de la práctica, la reflexión y el diálogo. Freire (1970) sostiene que la educación debe basarse en una relación pedagógica dialógica, donde docentes y estudiantes construyen conocimiento de manera conjunta.

Finalmente, educar para crear en moda implica asumir que la formación creativa no depende únicamente de las habilidades técnicas, sino también de la capacidad del docente para inspirar, acompañar y abrir caminos de exploración. Convertirse en mediador y mentor supone comprender que cada estudiante es portador de una mirada única sobre el mundo y que la tarea del educador consiste en ayudar a que esa mirada se desarrolle, se fortalezca y encuentre su lugar dentro del campo del diseño. De esta manera, la docencia en moda se convierte en una práctica transformadora que no solo forma diseñadores, sino también creadores capaces de proyectar su propia identidad creativa.

Discusión: creatividad, ética e identidad

La resignificación del rol docente no implica pérdida de autoridad, sino transformación de su naturaleza. La autoridad ya no proviene del monopolio del saber, sino de la capacidad de orientar procesos significativos. Paulo Freire (1970) plantea que el educador debe asumirse también como aprendiz, en una relación de diálogo. En el contexto tecnológico actual,

donde los estudiantes muchas veces dominan herramientas digitales con mayor fluidez, el docente se convierte en mentor que integra saber técnico con visión crítica y ética.

Este desplazamiento requiere una pedagogía flexible, capaz de adaptarse a la velocidad de la industria y a la diversidad de perfiles estudiantiles. En este sentido, la autonomía del estudiante se vuelve un elemento central del proceso formativo, ya que fortalece la identidad creativa y la capacidad de tomar decisiones en contextos complejos. Ken Robinson (2011) sostiene que “la creatividad se desarrolla en un ambiente donde se valoran las ideas originales” (p. 89), señalando que el aprendizaje creativo necesita espacios donde el error sea entendido como parte del proceso y no como una falla.

Educar para crear implica, por lo tanto, generar contextos pedagógicos que promuevan la experimentación, el pensamiento crítico y la construcción de sentido en torno a las prácticas de diseño. En el campo del diseño de moda, esto se traduce en la posibilidad de que los estudiantes desarrollen propuestas que articulen identidad, tecnología y conciencia social. La creatividad se consolida cuando existe acompañamiento docente, desafío intelectual y una libertad estructurada que permita explorar ideas, cuestionar paradigmas y transformar la realidad a través del diseño

Conclusión

La educación en diseño de moda enfrenta un contexto de transformación constante, donde los estudiantes son activos, digitales, críticos y buscan sentido social en sus creaciones. Este cambio exige repensar la pedagogía, reconociendo que la creatividad no se transmite, sino que se construye mediante experiencias significativas que combinan exploración, reflexión y experimentación. En este sentido, el docente deja de ser un simple transmisor de conocimientos para convertirse en mediador y mentor, generando condiciones que permitan que la creatividad emerja y se consolide en los estudiantes (Freire, 1970; Robinson, 2011). La mediación pedagógica asegura un entorno de aprendizaje inclusivo, flexible y diverso, donde cada estudiante puede explorar distintas formas de representación, experimentar con materiales, herramientas digitales y tecnologías emergentes, y vincular sus proyectos con contextos culturales y sociales contemporáneos.

La integración de la inteligencia artificial y otras tecnologías en la enseñanza no reemplaza la creatividad, sino que potencia su desarrollo cuando se utiliza de manera reflexiva y crítica. Herramientas digitales, prototipado 3D y análisis de tendencias facilitan la experimentación y la visualización de ideas, mientras que el acompañamiento docente garantiza que la identidad estética, la ética y la sostenibilidad sigan siendo eje central del aprendizaje. De igual manera, la implementación del Diseño Universal para el Aprendizaje (DUA) promueve la metacognición, la autonomía y la participación activa de todos los estudiantes, fomentando la construcción consciente del conocimiento y el desarrollo de competencias creativas adaptadas a contextos diversos (Méndez & Sánchez, 2021).

En síntesis, educar para crear en moda implica formar profesionales capaces de combinar pensamiento crítico, sensibilidad estética, responsabilidad social y dominio tecnológico.

La creatividad se fortalece en espacios donde se legitima el error, se promueve la experimentación y se valora la innovación. El docente, como mediador y mentor, es la pieza clave que articula estos elementos, acompañando al estudiante en la construcción de una identidad creativa propia y preparándolo para enfrentar los desafíos de una industria en constante evolución. La educación en moda, así concebida, deja de ser un proceso mecánico para convertirse en un espacio de transformación personal, cultural y social En donde el docente, no entrega respuestas: guía preguntas que transforman.

Referencias

- Csikszentmihalyi, M. (1998). *Creatividad: El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. Paidós.
- Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI Editores.
- Méndez, J., & Sánchez, L. (2021). *Diseño Universal para el Aprendizaje y educación inclusiva*. Editorial Universitaria.
- Robinson, K. (2011). *Fuera de nuestras mentes: aprende a ser creativo*. Capstone.
- Sennett, R. (2008). *La cultura del nuevo capitalismo*. Anagrama.
- CAST. (2018). *Universal Design for Learning Guidelines version 2.2*. CAST.

Abstract: This paper presents an exploratory and reflective investigation into creativity in fashion education and the pedagogical challenges of educating for creativity in a context marked by technological, cultural, and productive transformations. It argues that creativity is neither a spontaneous nor exclusively technical attribute, but rather a pedagogical construct that requires educational environments that enable exploration, legitimize error, and foster autonomy. Drawing on contributions from critical pedagogy and design thinking, the paper analyzes the changing profile of the contemporary student and the need to shift towards active, collaborative, and contextualized methodologies. It concludes that fashion education must reformulate its strategies to respond to an industry characterized by sustainability, digitalization, and the narrative construction of identity.

Keywords: Fashion - creativity - pedagogy - teaching - mentoring - mediation - technology - education - digitalization - design thinking.

Resumo: Este artigo apresenta uma investigação exploratória e reflexiva sobre a criatividade no ensino da moda e os desafios pedagógicos de educar para a criatividade em um contexto marcado por transformações tecnológicas, culturais e produtivas. Argumenta-se que a criatividade não é um atributo espontâneo nem exclusivamente técnico, mas

sim uma construção pedagógica que requer ambientes educacionais que possibilitem a exploração, legitimem o erro e fomentem a autonomia. Com base em contribuições da pedagogia crítica e do pensamento de design, o artigo analisa o perfil mutável do estudante contemporâneo e a necessidade de uma transição para metodologias ativas, colaborativas e contextualizadas. Conclui-se que o ensino da moda deve reformular suas estratégias para responder a uma indústria caracterizada pela sustentabilidade, digitalização e construção narrativa da identidade.

Palavras-chave: Moda - criatividade - pedagogia - ensino - mentoria - mediação - tecnologia - educação - digitalização - pensamento de design.

Sommario: Questo articolo presenta un'indagine esplorativa e riflessiva sulla creatività nella formazione nel settore della moda e sulle sfide pedagogiche legate alla promozione della creatività in un contesto caratterizzato da trasformazioni tecnologiche, culturali e produttive. Sostiene che la creatività non sia un attributo spontaneo né esclusivamente tecnico, bensì un costrutto pedagogico che richiede ambienti formativi in grado di favorire l'esplorazione, legittimare l'errore e promuovere l'autonomia. Attingendo ai contributi della pedagogia critica e del design thinking, l'articolo analizza il profilo in continua evoluzione dello studente contemporaneo e la necessità di orientarsi verso metodologie attive, collaborative e contestualizzate. Conclude affermando che la formazione nel settore della moda deve riformulare le proprie strategie per rispondere alle esigenze di un settore caratterizzato da sostenibilità, digitalizzazione e costruzione narrativa dell'identità.

Parole chiave: Moda - creatività - pedagogia - insegnamento - tutoraggio - mediazione - tecnologia - istruzione - digitalizzazione - design thinking.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]

Lourdes Medina de Picagua. Lic. en Diseño de Moda y Vestuario (Universidad de Americana de Paraguay). Especialización en Didáctica Superior, Universidad Nacional de Asunción. (Paraguay). Diplomado en Fashion Field Project Product Sustainability Management. – Milano Fashion Institute (Italia). Diplomado en Innovación Didáctica, Universidad Americana. (Paraguay). 2025 Proceso de titulación en Máster en Educación Universidad Nacional de Asunción. (Paraguay).