

para niños y su misión era bastante clara y precisa. Sin embargo, al inicio del proyecto, ésta no había sido interpretada correctamente, con lo cual el lenguaje de la propuesta de colección no era acorde a la idea inicial. Me encontré, entonces, con una gran problemática: No había habido una buena interpretación del concepto rector y pude visualizar grandes falencias desde el punto de vista estratégico. En consecuencia, antes de pensar en el rediseño de la colección - en esa instancia estaba el 40% de los prototipos presentados- tuve que avocarme al armado de una estrategia sustentada desde la misión, no sólo para generar confianza en la marca, en la propuesta global, sino también en el producto resultante. Era conciente que la coherencia en una estrategia de comunicación era vital para generar credibilidad.

El diseñador es un especialista y como tal, puede intervenir en un proyecto focalizándose en su especialidad o actuando en favor de una demanda del mercado. Sin embargo, en muchas ocasiones, cubre un rol ampliado, interviniendo no sólo desde su especialidad, sino también como organizador, supervisor, asesor de producción y posicionamiento de marca, etc. El diseñador es capaz de hacer una lectura integral de un proyecto. Este fue mi caso con el cliente mencionado. Es en estas ocasiones cuando el creativo debe, por lo tanto, desempeñar el rol de comunicador de su propia visión.

El diseñador, como comunicador interviene, eventualmente, favoreciendo una óptima interpretación de dicha visión. En consecuencia, el éxito de una empresa comienza con un modelo claro y eficiente de comunicación; en este marco fundacional, el diseñador decodifica y traduce en “lenguaje” un cúmulo de datos que esperan ser procesados. Traduce datos en información y procura que ésta fluya. Reinterpretar, rediseñar una estrategia, recomunicar se transformó en mi labor inicial en el caso anteriormente expuesto.

Por otra parte, me vi en la necesidad de replantear la comunicación interna desde una estructura orgánica, estimulando el flujo de información y el conocimiento compartido. En definitiva, en un principio, no había espíritu de grupo entre los actores intervinientes en el proyecto y eso dificultaba mi intervención. Es fundamental entender que uno de los principales pilares de una organización –o bien, referidas a las tareas del docente en el aula- se forja a partir del conocimiento compartido, surgido de las relaciones entre los individuos, producto de una rica comunicación interna.

Debo reconocer que al inicio y volviendo al ejemplo citado, tenía cierta incertidumbre en relación a los resultados a nivel global, ya que las áreas que requerían mi intervención eran varias. Había mucho para hacer y el tiempo era escaso. Sin embargo, tenía claridad en los medios a implementar, factor que me otorgó confianza para comenzar a trabajar.

Lo atrayente y estimulador del caso era que había un franco entusiasmo por lanzar una propuesta creativa e innovadora y el proyecto era, a mi entender, muy interesante desde la misión y visión. La apertura del cliente y la confianza depositada en mí me permitió hacer propuestas innovadoras desde lo conceptual y también convocar colegas creativos que se identificaran con el proyecto y pudieran aportar ideas desde sus campos de especialidad. Finalmente, el grado de motivación alcanzado fue alto y el resultado final superó mis expectativas y las de mi cliente.

Un ambiente propicio para la innovación tiene que ver, entre otras cosas, con la predisposición del grupo y las condiciones

de la situación. La motivación en un grupo creativo es fundamental para potenciar la creatividad y la capacidad de innovación.

Quisiera destacar que considero que el resultado positivo alcanzado fue posible, en gran medida, gracias a la permeabilidad del cliente que me permitió hacer a un lado ciertos mecanismos propios de un modelo mecánico favoreciendo el ámbito para el desarrollo de una dinámica de organización orgánica. Logré finalmente desenvolverme en un marco donde primó la confianza, las convicciones fuertes, el esfuerzo común y la cooperación grupal. Todos estos factores estimularon mi creatividad y mi capacidad de innovación, tanto en los procesos como en los productos resultantes. Como ya se ha dicho anteriormente, es de vital importancia el ambiente de trabajo, la cultura de la organización o del grupo con el cual se interactúa, las relaciones entre los individuos y las condiciones creadas consecuentemente para estimular la creatividad y predisponer ámbitos para la innovación.

Tal vez debamos entender al Diseño y al “enseñar acerca de Diseño” como procesos en devenir constante, en crecimiento permanente. Mantener vivo el entusiasmo y la curiosidad nos permitirá experimentar sobre ideas nuevas dando lugar al surgimiento de futuros desafíos y quizás tomar contacto con nuestra capacidad creativa, tanto en el área profesional como pedagógica. En definitiva, el Diseño nos mantendrá vivos.

Creatividad, creadores, creativos...

Gabriela Augustowsky

La facultad humana de crear ha sido un tema de preocupación constante a lo largo del tiempo y ha generado aproximaciones desde distintos ámbitos de las ciencias humanas: la filosofía, la estética, la historia de las ideas, la antropología, la psicología y la pedagogía.

La noción de creatividad es una construcción cultural sujeta a los cambios y contingencias de la historia. En la antigua Grecia las musas eran las encargadas de inspirar a los artistas y la creación era entendida como un elemento externo que venía de fuera del sujeto, se le asignaba un valor místico, mágico. A lo largo del siglo XX se ha extendido la utilización del término para denominar a todas las actuaciones del ser humano, perspectiva que W. Tartakiewicz (1976) denomina «pancreacionismo» y que ha determinado, en cierta medida, que hoy la noción de creatividad se presente de forma ambigua y se la confunda o solape con otros conceptos como los de inteligencia, talento, imaginación, fantasía.

Aguirre (2000) al repasar «los intentos de definición» que se han dado acerca de esta noción observa que la perspectiva epistemológica condiciona el carácter de la respuesta, pero además determina también el tipo de preguntas que se formulan. La pregunta ¿Qué es? inquiriere sobre su pertinencia ontológica y la pregunta ¿En qué consiste? Busca definir sus límites.

Las diferentes propuestas para su definición, si bien se centran o ponen más énfasis en algunos aspectos que en otros, permiten reconocer que en la actualidad está ampliamente consensuada la idea de que la creatividad no es una facultad divina o un atributo de la naturaleza, sino que es una capacidad humana.

En términos generales es posible agrupar estas definiciones alrededor de tres ejes fundamentales:

- La solución de problemas
- La novedad/ innovación
- La eficacia

A.J. Croopley (2002) señala que a partir del ataque a las Torres Gemelas algunos teóricos proponen incluir la cuestión ética como otro elemento constituyente de las caracterizaciones y debates. El ataque del 11 S podría ser leído -tomando las definiciones clásicas- como una solución eficaz e innovadora a un «problema», pero la destrucción, la violencia, la muerte ¿Pueden ser postulados como actos creativos?. Por otra parte, la creatividad puede ser abordada como efecto: Productos creativos, como causa: Individuos creativos o como interacción: Características y rol del entorno.

Creatividad y educación

En el campo de los estudios sobre la creatividad el sistema educativo, la educación formal y sistemática, se presenta en términos generales como limitadora de los procesos creativos. La transmisión de contenidos se suele describir como una reproducción rutinaria y en algunos casos autoritaria, en la que queda poco lugar para el desarrollo de actitudes o productos creativos.

Sin embargo la transmisión del conocimiento social ya conformado y acumulado - una de las tareas fundamentales de la escuela - es la que ha permitido al ser humano sobrevivir, pasar de una evolución meramente biológica al desarrollo cultural. Es la enseñanza la que posibilitó al hombre adaptarse a medios hostiles y vivir en condiciones ante las cuales otras especies perecieron. Es la transmisión de generación en generación lo que posibilitó desde el aprendizaje del encendido del fuego sin tener que «inventarlo» una y otra vez, hasta aprender a tocar el violín.

Pero la educación no sólo es reproducción de aquello que ya existe, sino también es construcción, es innovación y numerosas investigaciones dan cuenta de como la profundización y la experticia en un área de conocimiento son los que hacen posible la creación de conocimientos nuevos.

Desde esta perspectiva, la educación formal que goza de tan mala fama en los ámbitos creativos, puede ser entendida como una empresa en la que merece la pena detenerse, ya que por el momento no se ha inventado nada mejor para transmitir de modo organizado el corpus de conocimiento que ha producido la humanidad.

Ahora bien, resulta imprescindible destacar que ciertos modos institucionales, algunas estructuras curriculares y determinadas metodologías didácticas no siempre son favorecedoras de la generación de nuevas ideas, pensamientos, resoluciones. En muchos casos dichas estructuras actúan como obturadoras de mentes curiosas y la educación se reduce a un conjunto de rituales de repetición sin sentido. No obstante, esto no disminuye la enorme posibilidad que contiene la educación para estimular el desarrollo de los procesos creativos, es más, las experiencias fallidas contienen en sí mismas el germen de una profunda discusión que debemos abordar a fin de generar categorías conceptuales que, más que excluirla del campo de los estudios de la creatividad, la incorporen plenamente.

En el marco de la educación universitaria resultan especialmente sugerentes las perspectivas denominadas «persona/proceso».

Estas se centran en analizar los factores psicológicos individuales que le otorgan al sujeto el potencial de desempeñarse creativamente, así como los aspectos del ambiente que promueven el pasaje desde ese aspecto potencial hacia una conducta creativa. Centrarse en la persona y en el proceso no implica abandonar el estudio de los productos, de hecho el concepto de eficacia - citado más arriba- es propiedad de los productos, sin embargo al tomar sólo los resultados creativos extraordinarios o desatcados quedan fuera de mira gran cantidad de actividades, búsquedas, intentos, experimentaciones y sujetos en situaciones de formación cuyo interés es central desde la perspectiva del aprendizaje y las instituciones formativas.

Todas las personas son capaces de desarrollar sus habilidades, conocimientos, actitudes y aptitudes personales en una dirección creativa, y no sólo un grupo de sujetos especiales, iluminados, creadores de nacimiento. Así, desde una visión desmitificadora la creatividad puede ser alentada, favorecida, desarrollada en tanto aspecto potencial humano, que puede ser transformado en conducta creativa.

En esta dirección también nuestras propias prácticas de enseñanza constituyen ámbitos en los que cotidianamente buscamos soluciones, realizamos ensayos, indagamos nuevos y más eficaces modos de narrar, de explicar, de mostrar, de hacer. Pensar en una enseñanza basada en concepciones desmitificadas de la creatividad abre un enorme abanico de posibilidades; la didáctica universitaria es un espacio privilegiado para esta desafiante tarea.

Diseño de parques y jardines: Experiencias en el aula

Mónica Balabani

El diseño de los espacios exteriores está cada día más valorado. Los paisajistas son convocados a diario para conformar y colaborar, y cada vez más frecuentemente para liderar grupos de trabajo junto a profesionales pertenecientes a otras disciplinas y generar obras que impacten sobre la calidad de vida de los usuarios, teniendo en cuenta infinidad de aspectos entre los que se encuentran estudios sobre el comportamiento social del ser humano. Es por esta razón que se decidió realizar un trabajo práctico dentro de la materia Diseño de Parques y Jardines I que involucrara el estudio de un centro de rehabilitación para personas con trastornos físicos y/o psíquicos con sede en Capital Federal.

Sobre una hipotética expansión exterior de 8 x 12 metros, se estudiaron los condicionantes inmediatos que inciden en el diseño como asoleamiento, medianeras, material vegetal existente, problemas de drenaje, tipos de suelo, relación interior - exterior, etc., todas problemáticas que el diseñador debe tener en cuenta al momento de proponer una solución viable para su proyecto.

Como inicio del ejercicio se realizó una investigación sobre el paisajismo japonés y chino, que coloca al usuario en una posición de relajación y contemplación con respecto al medio ambiente y la naturaleza, desarrollando un equilibrio y una armonía interna que afectan al ser humano en su intento por rehabilitarse o reinsertarse en la sociedad. La construcción de los espacios exteriores mediante la utilización de materiales