

A veces surgen dudas, inquietudes, desconocimiento de cómo manejar cierta situación. Lo mejor en esos casos es acudir a los profesionales que trabajan en la organización o, en caso de no tener contacto con ellos, a aquellos compañeros de trabajo que tienen mayor facilidad para comunicarse eficazmente.

Formación de profesionales creativos

Gabriela Villanueva

Podemos pensar que la creatividad es una cualidad de todas las personas, pero que no necesariamente se utiliza. La propia educación escolar muchas veces aplasta el crecimiento de esta capacidad innata, gracias a lo métodos de enseñanza rígidos, únicamente funcionales y poco reflexivos, en que el razonamiento se centra preferentemente en la memorización y no en la comprensión global y parcial de los contenidos. La creatividad de esta manera no se desarrolla, no se incentiva o nutre de nuevas formas de actuar y pensar.

La creatividad, o el ser “creativo” es una idea muy difundida, tanto en el ámbito educativo como en la práctica profesional del diseño. Ese enfoque, evidentemente basado en la creencia de una “idea nueva y luminosa”, surgida de un momento de inspiración creativa, sería la génesis de las mejores soluciones de diseño, y todo sería mucho más simple.

La extra valoración del momento creativo es un golpe bajo al conocimiento y la formación cultural (musical, visual, literaria, etc.) ¿Para qué cultivarse si todo depende del rayo que iluminará la mente del diseñador? La fantasía de la inspiración creativa está ligada a una fuerte necesidad de expresión que muy a menudo se refleja en las aulas de diseño. Muchos de los estudiantes tienen una verdadera vocación artística y se sientan frente al papel en blanco esperando el instante mágico. Es sumamente importante como alumno cargar con un “equipaje” visual, ya que esa carga es la que se va a desplegar en el momento creativo.

La creatividad es algo que se cultiva, que crece a medida que nuestra cultura visual, cultura comunicacional, cultura literaria, etc. también lo hace. Muchos alumnos manifiestan abiertamente su desinterés respecto a conocer el trabajo de otros, o trabajos de años anteriores porque temen a influenciarse demasiado y encasillarse en lo que vieron. Se trata de sumar y no de restar. No ver y analizar lo que hicieron otros es no madurar y caer en propuestas antiguas y absurdas. El que no ve, cree que lo que hizo él es nuevo e innovador!

De esta manera podemos decir que la disciplina del diseño debe integrar aspectos creativos, investigativos, estratégicos y de desarrollo formal para realizar las acciones del diseño (diseñar), por lo que es necesario motivar y generar una cultura innovadora en la formación de diseñadores profesionales a través del trabajo cooperativo, la búsqueda de nuevas oportunidades de involucrar a la disciplina en otras áreas del conocimiento, y de realizar investigaciones y desempeños capaces de capitalizar nuevos conocimientos generadores de valor añadido.

Si bien el diseño es una disciplina que muchas veces

apela a lo emotivo, esto no implica que el desarrollo de todos sus procesos requiera un compromiso sentimental del profesional diseñador. Este es un punto complejo dentro de la enseñanza. Siempre que se critica un trabajo el alumno cree que es criticado el cómo ser pensante y “creativo” y no que la crítica es una herramienta útil para el entendimiento de los procesos del diseño.

Hay un lugar, una zona, un espacio, quizás un tiempo, donde se da el proceso creativo. Ocurre en el taller, en la casa, en el colectivo, comprando el pan. Estamos constantemente influenciados no sólo por el trabajo de otros diseñadores o artistas, sino por todo lo que nos rodea. Cada producto que utilizamos, cada calle que recorremos, la música que escuchamos, las exposiciones que visitamos, y por que no... los programas que vemos en la tele, todo aquello con que interactuamos diariamente nos provee de un cúmulo de influencias que modifica nuestra manera de ser, de pensar y, por supuesto, también de diseñar con creatividad.

Entonces, la creatividad, no nace de la nada, sino que surge como reflejo a lo aprendido, vivido, visitado, hablado, etc. cuanto más culto mejor... y sólo cobra sentido en la medida en que ayude a resolver adecuadamente el problema del cliente. En general el “ser creativo” aporta cuando coincide con la resolución del problema que trae el cliente. Al igual que en otras disciplinas... a mayor sabiduría, más ricas y acertadas son las composiciones. El diseñador funciona como un satélite, no puede estar desinformado (leer diarios, revistas), no puede estar al margen de la moda, del cine, de la decoración, ni tampoco estar alejado de la tecnología.

La enseñanza del diseño debe ser un proceso gradual y un desafío constante para la obtención de habilidades de diferentes índoles, ya sean creativas, cognitivas o experimentales. Por ello, reflexionar el diseño como una actividad que se genera a través de un pensamiento creativo únicamente deja de lado una parte importante del pensamiento estratégico. De este modo la gestión estratégica de diseño debe ser considerada una extensión productiva de las áreas del diseño tradicionales (gráfico, industrial, etc.), un ámbito que permite pensar los escenarios futuros, las acciones y los efectos que cada día están tornándose más comunes y menos determinados.

Análisis de estrategias y recursos en el proceso de enseñanza-aprendizaje

Andrea Visintin

En el ámbito de las experiencias áulicas resulta un interesante desafío analizar qué tipo de estrategias y recursos didácticos ponemos en juego cotidianamente para que se pueda generar un intercambio productivo en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Hablo de intercambio porque entiendo la labor docente como acción transformadora: enseñamos y aprendemos día a día, en cada clase, en cada experiencia nueva, con cada alumno, de sus inquietudes y de su bagaje cognitivo.

El solo hecho de ser idóneos en nuestra disciplina no nos hace docentes en la misma: debemos aprender a enseñar y a ser lo suficientemente abiertos y flexibles para que