

## Pregunta, ese concepto tan fácil de esquivar!

Fecha de recepción: julio 2010  
Fecha de aceptación: septiembre 2010  
Versión final: noviembre 2010

Eloy Oviedo (\*)

**Resumen:** Una experiencia con un grupo de alumnos y una reflexión sobre tres definiciones: “La creatividad”, denominada también inventiva, pensamiento original, imaginación constructiva, pensamiento divergente o pensamiento creativo, es la generación de nuevas ideas o conceptos. “La publicidad”, es una forma destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivarlo hacia una acción de consumo. “El arte”, es entendido generalmente como cualquier actividad o producto realizado por el ser humano con una finalidad estética o comunicativa, a través del cual se expresan ideas, y emociones.

**Palabras claves:** educación – alumno – creatividad – publicidad – diseño - arte.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 117]

A partir de cómo se encaminan los grupos de alumnos, comprendí que el compartir un texto relacionado al conflicto existente (y no conscientes, en muchos casos) ayuda a poner en palabras cuestiones que pensamos son sobreentendidas. No dejo librado ningún punto en la cursada o al menos, eso intento.

Antes de proseguir, vamos a repasar tres definiciones de diccionario:

“La creatividad”, denominada también inventiva, pensamiento original, imaginación constructiva, pensamiento divergente o pensamiento creativo, es la generación de nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales.

“La publicidad”, es una forma destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivarlo hacia una acción de consumo.

“El arte”, es entendido generalmente como cualquier actividad o producto realizado por el ser humano con una finalidad estética o comunicativa, a través del cual se expresan ideas, emociones o en general, una visión del mundo mediante diversos recursos, como los plásticos, lingüísticos, sonoros o mixtos.

En esta presentación haré alusión a un párrafo muy claro, enfatizado por Joan Costa en una bajada de texto que corresponde a la conversación (aclaración!) a una alumna a la cual evidentemente, no le habían marcado la diferencia entre Diseño y Arte. Dice el comunicólogo (también diseñador, sociólogo e investigador de la comunicación visual): “El arte es pregunta, el diseño respuesta”.

Y está aquí el problema: siendo docente de una materia como “Taller de Fotografía I” (cuatrimestre de fotografía incluido en Diseño Gráfico, Publicidad, Producción de Modas, Diseño de Indumentaria o como materia optativa) ¿Cuál debe ser el punto de partida? ¿Enseño efectividad? o ¿Expresividad? ¿Debo elegir uno u otro? Es claro que ambos tienen su costado conflictivo, me resulta claro comprender que es más complejo trabajar la expresividad que la efectividad. ¿Por qué digo esto? En lo efectivo (publicidad) caben muy pocos elementos, y la decisión de trabajar con uno o con otro va a ser plenamente téc-

nico, esas herramientas se enseñan y aplican de forma inmediata, cuesta leer un libro, una clase o un minuto de atención. Enseñamos: “Aquí está el material”, “Así se aplica”... estos son los resultados... exactos, en muchos de los posteriores trabajos del alumno. Pero cuando comenzamos a pensar en creatividad, estos “resultados” comienzan a tambalear e inician el roce de lo efectivo con lo antiestético o lo poco atractivo (hablando desde el lado creativo, “sin vuelta de rosca”... esto salió, esto resultó!). Y claro, suele olvidarse el camino complejo, ese camino que solo podemos orientarlo si alguna vez lo atravesamos. Si nunca intentamos expandir nuestro nivel creativo, exprimiendo hasta el último gramo de nuestro seso... es imposible trabajar una modalidad que los lleve a tal desestructuración. Y más imposible es si no existe la voluntad de comprender y enseñar cual es el camino. Vamos a situarnos entonces, en el nudo de este texto. Comenzado el párrafo escribía sobre “creatividad”, pucha! Palabra compleja y útil para defender los primeros trabajos prácticos: -“Profesor, es que yo no soy creativo”. Primero se defienden, luego se frustran. Un alumno frustrado es un alumno desmotivado y este resultado tiende a no aparecer cuando comenzamos a ayudarlo a darse cuenta que la creatividad se extenderá si la alimenta, la ejercita y la aplica (en nuestra materia, o en cualquier otra!). Entonces, cambiarán sus comentarios por este otro: “Me gusta mi trabajo práctico!”... y esto parte de la sorpresa que generó su auto-superación por medio del nivel creativo adquirido.

El último concepto trabajado nos ayudará a entender mucho más.

La creatividad (que puede ser trabajada desde el arte, repito) es elemental en la publicidad, pero no opino que la publicidad sea elemental en el arte (aunque comparta algo). Podremos generar respuestas, pero entender que el arte es pregunta... es complicado! Más en un cuatrimestre! Vamos a sentirnos satisfechos si dejamos trazada la dirección y a voluntad del alumno (por nuestra motivación generada en él) seguir avanzando sobre este concepto, es imposible llegar a una desestructuración total de mirada en aproximadamente 15 encuentros de 3 horas. Este es un trabajo complejo que se debe hacer desde el

día cero. Requiere voluntad y entrega docente. Entonces, por qué no comenzamos a formular “preguntas” y no respuestas! Depende de cada uno. La intersección existe, porque nos pasará que en el momento de enseñar “respuestas” el alumno ya comprendió que puede realizar algo diferente, valerse de su nivel creativo (de su arte) y lograr una buena publicidad pero probablemente, con su publicidad no pueda lograr arte. Es difícil de entender, la diferencia es clara “el Diseño es Diseño y el Arte es Arte” el arte puede ingresar en el diseño, pero su finalidad la perderá, el diseño puede entrar en el arte, pero también carecerá de su principal carácter.

La metodología es engorrosa, hay que buscarla y trabajarla día a día. Los grupos son variados y cada uno tiene su perfil, es lo primero que se debería percibir. Para que el día de mañana cuando hablemos de William Eggleston (podemos encontrar en sus fotografías objetos muy diversos: neumáticos viejos, acondicionadores de aire desechados, máquinas expendedoras, carteles rotos, postes de electricidad, barricadas en las calles, señales de desvío, señales de prohibido aparcar, parquímetros y palmeras) no lo miremos con malos ojos. Tampoco seamos estrechos y mirar (disfrutar, comprender) solo a David La Chapelle, (cuyo trabajo se caracteriza por presentar imágenes surrealistas y grotescamente glamorosas). Debemos estar preparados porque nuestro objetivo puede ser observar uno u otro, y ante esta probabilidad deberíamos estar listos para comprender la obra de cualquiera de estos dos fotógrafos. Y la preparación del alumnado para este fin, es laborioso. No le enseñaría lo mismo (para comprender el arte...) al próximo curso, ya definí anteriormente el por qué. Resumiendo; primero: “arte/pregunta” (siempre creatividad); luego: mas “arte/pregunta” y “publicidad/respuesta” (y siempre creatividad).

**Abstract:** An experience with a group of students and a reflection on three definitions: “Creativity”, also called inventive, original thought, constructive imagination, divergent thought or creative thought, is the generation of new ideas or concepts. “Advertising”, is a way to spread or to inform to the public a product or a service through mass media with the aim of motivating it towards a consumption action. “Art”, is understood generally like any activity or product realized by the human being with an aesthetic or communicative purpose, through what ideas, and emotions are expressed.

**Key words:** education - student - creativity - advertising - design - art.

**Resumo:** Uma experiência com um grupos de alunos e uma reflexão sobre três definições: “A criatividade”, também conhecido como inventiva, pensamento original, imaginação construtiva, pensamento divergente ou pensamento criativo, é a geração de novas idéias ou conceitos. “A publicidade”, é uma forma destinada a difundir ou informar ao público sobre um bem ou serviço através dos meios de comunicação com o objetivo de motivá-lo para uma ação de consumo. “A arte”, é entendido geralmente como qualquer atividade ou produto realizado pelo ser humano com uma finalidade estética ou comunicativa, através do qual se expressam ideias, e emoções.

**Palavras chave:** educação – aluno – criatividade – publicidade – design – arte.

(\*) **Eloy Oviedo.** Fotógrafo de Moda (Espacio Buenos Aires). Fotógrafo Profesional (Escuela de Fotografía Motivarte). Técnico Superior en Diseño Gráfico y Publicitario (Instituto de Educación Superior ABM). Profesor de la Universidad de Palermo en el Departamento Audiovisual de la Facultad de Diseño y Comunicación.

## Polaroid de enseñanza universitaria

Martín Fridman (\*)

Fecha de recepción: julio 2010

Fecha de aceptación: septiembre 2010

Versión final: noviembre 2010

**Resumen:** El siguiente texto forma parte de un conjunto de apuntes y reflexiones acerca de los textos analizados y estudiados en el Programa de Formación y Capacitación Docente, dictado por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo y que cuatrimestre tras cuatrimestre son puestos bajo la lupa al momento de la planificación de las clases para la materia Diseño e Imagen de Marcas, que integra la currícula de las carreras del área de Diseño Gráfico, Industrial, Indumentaria y Publicidad.

**Palabras claves:** educación – enseñanza – capacitación – docente – formación – evaluación.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 120]

*Planificar la enseñanza, es algo más que establecer objetivos, contenidos, métodos y criterios de evaluación: significa pensar, valorar y tomar decisiones que valgan la pena, entre otras cosas sobre situaciones cotidianas, sobre posibles acontecimientos imprevisibles...*

D, Salinas (1994)

Afirma Rebeca Anijovich que “la enseñanza es una práctica intencional (...) la planificamos previamente para racionalizar nuestra acción, guiarla adecuadamente y lograr resultados acordes con las finalidades que establecimos inicialmente”.

La enseñanza es una práctica compleja, multidetermi-