

Un ambiente propicio para lograr la tendencia creativa

Fecha de recepción: agosto 2010

Fecha de aceptación: octubre 2010

Versión final: diciembre 2010

Eduardo Vigovsky (*)

Resumen: “En la Facultad de Diseño y Comunicación hay un alto grado de creatividad”, expresó Silvia Lartirigoyen, socia gerenta de Tiendas Web en la facultad. Al leerlo en el periódico de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, del mes de agosto en la página 4, me pregunto ¿Qué es lo que la llevó a Silvia a esta conclusión? Es así que en el presente escrito desarrollo las diferencias entre creatividad, producción creativa, ambiente creativo y propongo un Decálogo del Diseño Creativo dentro de una universidad.

Palabras claves: educación – diseño – creatividad – ambiente – producción – tendencia – universidad.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 16]

Aprovecho la oportunidad que me ofrece la UP a través de esta convocatoria, para traer algunas recopilaciones y reflexiones que en estos años vengo haciendo, ya que mi interés como artista, creativo y como psicoanalista siempre me encuentra ahondando en el misterio de la creatividad.

Buscando material, pues la búsqueda en creatividad es continua, decimos que es “Una piedra en el zapato”, molesta, uno quita la piedra, cambia de calzado y al poco tiempo aparece nuevamente la piedra en el zapato, Cambiando y buscando me encuentro, si porque si bien la búsqueda es angustiante, el encuentro siempre es una fiesta. Me encuentro con una nota en la publicación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, y leo en la publicación del mes de agosto en la página 4: “En la Facultad de Diseño y Comunicación hay un alto grado de creatividad”. Expresó Silvia Lartirigoyen, socia gerenta de Tiendas Web en la Facultad.

Y me pregunto ¿Qué es lo que la llevo a Silvia a esta conclusión?

Quizás algo que haya percibido, aunque siempre lo visible esconde lo invisible, pues el sujeto de la percepción está localizado en una perspectiva. Lo que quiere decir que el percipiens está incluido en el *perceptum*.

En pocas palabras, como me ocurrió al ingresar por primera vez a la Universidad de Palermo, este año a trabajar, a simple vista percibo un diseño, pletórico de creaciones, en su pagina web, en sus propuestas, en los carteles, en la muestras, y parafraseando a Borges, ¿Qué es toda esta inagotable obra? ¿Eso cuadros, esculturas, grabados, collages, cerámicas, litografías, murales, tintas, dibujos? Un poeta se interroga desde el lugar de la creación. Dice Borges: “¿Soy yo esas cosas y las otras, o son llaves secretas y arduas álgebras de lo que no sabremos nunca?” Lacan “contesta”: “Esto eres tú.” Pero el creador, de eso, nada sabe.

Es por eso que el artista no puede explicar su creación aún cuando lo intente, “El arte es una de las cosas más necesarias en el mundo aunque no sabría decir para qué sirve”, dice Jean Cocteau.

Quizás al simple percipiente, al observador común, todo este despliegue, le parezca un tanto desordenado, pero ¿Cuál es el orden de lo creativo?

Dice la Biblia: “Al principio creó Dios los cielos y la tierra. La tierra estaba confusa y vacía y las tinieblas cubrían la haz del abismo...”

La creación pues, ¿Es un acto desde el vacío, o es un acto desde el desorden? La creación ¿es un acto que organiza, ordena la realidad existente?

No me propongo en estas breves consideraciones ni agotar el tema-cosa, por lo demás, imposible ni mucho menos exponer “mi” criterio acerca de lo artístico y lo creativo, he de limitarme a exponer una pequeña parte de lo que otros han dicho acerca de este tema apasionante de la creación artística y la creatividad del ser humano.

Aulagnier plantea la carencia como fuente de la creación, la fantasía como origen de la misma En la creatividad experimentamos la angustia que surge de lo informe, que será trasladado a una superficie bidimensional o tridimensional.

Picasso dice: “Estoy lleno de contradicciones. Al tiempo que me gusta lo que me pertenece, ¡siento unas ganas locas de destruirlo. Es más, lo destruye y luego hace “composiciones” plásticas nuevas. Picasso crea desde el vacío, también creado por él. En su lucha, triunfa al lograr su propia mirada y visión del mundo.

La joven artista coreana-venezolana Suwon Lee, declaraba “Al crear, me ordeno psíquicamente”. Como Suwon, todo sujeto, artista o no, se ofrece y se esconde al mismo tiempo en su acto. Esa unicidad que nos conforma y nos permite hablar en primera persona pero que no niega ni sustituye al otro, ese otro al que siempre nos dirigimos y que no paramos de buscar.

El artista comienza ya engañado, está fascinado por el espacio ilusorio que la pintura le ofrece, esto se le convierte en algo tan real que queda tomado por el mismo proceso que se produce en el espacio y por su atravesamiento, queda captado por los cambios que ese espacio le ofrece, por ejemplo el color, se empieza por un azul y a medida que va transcurriendo el trabajo ya aparece el rojo, eso es vivido como real, esa es la tragedia de la creación. La cuestión es que uno va ahí a eso que se le presenta tal como es y esto que aparece, no era así, podía haber sido de otra manera, es un modo de tratar de aproximarse a lo verdadero y se escurre permanentemente.

Dice Heidegger: “...No cabe duda de que tenemos que

tomar las obras tal como lo hacen las personas que las viven y disfrutan...) Pero la tan invocada vivencia estética tampoco puede pasar por alto ese carácter de cosa inherente a la obra de arte. La piedra está en la obra arquitectónica como la madera en la talla, el color en la pintura, la palabra en la obra poética y el sonido en la composición musical. El carácter de cosa es tan inseparable de la obra de arte que hasta tendríamos que decir lo contrario: Ese algo más que está en ella, es lo que hace que sea arte. Es verdad que la obra de arte es una cosa acabada, pero dice algo más que la mera cosa: La obra nos da a conocer públicamente otro asunto, es algo distinto: es alegoría. Además de ser una cosa acabada, la obra de arte tiene un carácter añadido. La obra es símbolo. Así armados, podremos caracterizar esa realidad, casi tangible de las obras, en la que se esconde algo distinto.

¿Qué creatividad?

¿A que se refiere Silvia Llantirigoyen al hablar de creatividad?

Muchas son las definiciones de creatividad, pero aquí utilizaremos una que me pareció la más adecuada: La creatividad es una capacidad humana que puede ser desarrollada por cualquier persona. Necesita ser “practicada”, o sea, debe generar resultados (ya sean pensamientos, acciones y/o productos) que la evidencien. A través del uso de esa capacidad, el ser humano se amplía y profundiza individual y colectivamente en distintos ámbitos: pensamiento, lenguaje, relación, acción en el mundo, etc.

Producto creativo

Muchos llaman creatividad a lo que en realidad es un producto creativo. Eso acontece porque el producto creativo es la parte tangible de la creatividad, es lo que puede ser visto, tocado, oído, leído, etc., o sea, percibido inmediatamente por los sentidos, constatado empíricamente. Manuela Romo, una especialista española en el tema, en la página 49 de su libro *Psicología de la creatividad*, afirma que la creación debe implicar un producto porque crear es un verbo transitivo. Y prosigue:

Es algo prodigioso que las producciones de la mente de unos poco consigan trascender de tal manera en las vidas de los demás; es lo grandioso de esa música capaz de transportarnos a sublimes experiencias o de un poema capaz de emocionarnos; es recrearnos en el goce estético al contemplar una pintura; y también es el fuerte impacto de los revolucionarios descubrimientos sobre el origen del universo o sobre el origen y evolución de nuestra especie.

Así pues la creatividad en sus múltiples acepciones se encuentra con una que consideramos esencial: “Nada puede ser creado sin que sea investida la suma de trabajo que esto exige, mientras que es preciso reconocer que lo propio de toda creación es encontrar un “destino” que el autor nunca podrá decidir a priori.

Es en la repetición del acto creador donde aparece lo novedoso que viene a señalar la diferencia con otra cultura o con la generación anterior.

“El mayor logro está en hacer difusa la línea entre el trabajo y el juego” Arnold Toynbee

Siguiendo con la búsqueda y con el encuentro, quizás al referirse al alto grado de creatividad, Silvia ha observado una palabra que se repite en varios cursos, jornadas y espacios, de la Universidad de Palermo, y es la palabra “taller”, que justamente lleva el nombre de la materia que dicto; Taller de Comunicación VI.

Entonces quizás nos ayude el término taller, para algunas reflexiones. Un taller es un lugar donde se enseñan y se practican técnicas. También es taller el estilo de la actividad que busca la creatividad y la expresión. El taller puede ser visto y comprendido como la concentración de estímulos cuya respuesta es la expresión.

La propuesta de una tarea y los instrumentos que proporcionamos: Colores, cuentos, pinceles, collage, arcilla, son los estímulos para que el alumno se comunique consigo mismo y nos comunique algo de lo que hemos provocado en él.

Un taller propicia y crea condiciones de juego con las cosas, con los materiales diversos que están a nuestro alcance y sobre los cuales ejercemos no solamente habilidad sino que probamos hasta dónde podemos proyectarnos, llegar a conocer versiones inéditas de nosotros mismos; es un medio para desarrollar la capacidad expresiva aunque mejor diríamos de recuperación de la capacidad, volver a la época en que sentir y comunicar funcionaban como una unidad indivisible.

Winicot nos habla de una actividad vital, creadora, activa y de una actitud de acatamiento pasiva. Nos da la clave para comprender que en el taller buscamos una zona libre de las presiones de un sistema que nos exige acatamiento.

Por eso un taller expresivo implica restaurar un lugar donde volvamos a encontrarnos con actividades creadoras, eslabones claves en la vida del hombre que quedaron sueltos, dividiendo al mundo en espectadores y protagonistas. Somos protagonistas en nuestro quehacer y espectadores en todo lo demás.

Las palabras aquí van acompañadas de la acción, el taller es movimiento, sentimiento y acción, un proceso en constante producción.

Parafraseando a Niko Kazantakis que dice que la palabra para alcanzarme debe convertirse en carne tibia. Sólo comprendemos cuando podemos oler ver y tocar

Tal vez así el alumno pueda llegar a una dimensión del conocimiento que escapa a los esquemas aplicados en la lógica Aristotélica, al uso de conceptos y palabras de una especie de idioma básico que puede condenarnos a ver al mundo como un incesante y repetido escenario que nos asfixia, y transformarlo en otro escenario mejor, en un clima de tarea, confianza, calidez y protección.

Ambiente creativo

Es sabido que la influencia del ambiente es siempre fuerte en los individuos y en los grupos. Y, seguramente, existen ambientes más creativos que otros. Hay ambientes que estimulan la creatividad y los hay que la bloquean o la inhiben. Para entender la importancia del ambiente creativo sólo tenemos que pensar en algunos espacios colectivos situados en un tiempo y en un lugar específico como las siguientes ciudades:

Atenas, en la Antigüedad; Ciudades árabes del siglo X; Florencia y Venecia en el Renacimiento; París, Londres y

Viena en el siglo XIX; Nueva York a lo largo del siglo XX. Otra manera de demostrar la fuerza del ambiente son los ejemplos de cómo diferentes creadores buscaron un ambiente determinado para sus momentos de creación. El filósofo Nietzsche buscó Engadine para escribir su libro *Así habló Zarathustra*. Wagner componía en la Villa de Ravello, en el mar Tirreno. Petrarca escribía sus poesías en los Alpes. Físicos europeos tuvieron brillantes ideas escalando montañas o mirando las estrellas.

También podríamos decir que en esta Universidad hay un ambiente propicio para generar y propiciar una tendencia creativa.

Si bien la tendencia creativa, está presente, aún en mínimo grado, en todos los seres humanos, pero esta creación, no es una intuición momentánea, sino que implica un proceso.

Según R. Gloton: “La actividad creadora es una necesidad biológica cuya satisfacción es absolutamente necesaria para el desarrollo óptimo del ser humano. En el proceso educativo es fundamental que el mundo interior pueda exteriorizarse y transferirse para que la creación imaginativa pueda surgir, esclarecerse y renovarse.

La expresión creativa es el resultado normal, llamémosle necesario, de la creatividad. Y en definitiva, éste es el único resultado concreto que tiene importancia.

Cuando recorremos la historia y descubrimos a un Mozart a los tres años, con Mendelsohn a los cinco, con Haydn a los cuatro; con Haendel y Weber que componían a los 12 años, Schubert a los 11, Cherubini a los 13, con Giotto que tuvo sus productos plásticos ya visibles a los diez años, como Van Dyck y Rafael a los ocho, igual que con Gres, y con Miguel Ángel a los trece, Durero a los quince, o Bernini a los doce.

¿En qué nos ayuda esto? Como mínimo nos ayuda a no olvidar dos cosas: La primera es que la imaginación y la capacidad creativa están presentes desde muy pronto en los humanos y los genios ayudan a ver y constatar esta realidad. Y la segunda es que, aunque ya visible, las primeras creaciones de ellos no fueran más que “síntomas de su genialidad”, ya que sus obras mejoran en la medida en que pasa el tiempo. Lo que decía Vygotski, que no es ninguno de mis predecesores, puede ser ilustrado con estos ejemplos: “Cuanto más amplia y profunda es la experiencia humana, más elementos tiene la imaginación para combinar, recombinar y transformar”.

Ahora bien, esta afirmación contradice la idea de que los niños son más imaginativos que los adultos. ¿Qué pasa entonces? ¿Dónde está la equivocación?

Pues parece que la respuesta la podemos encontrar en el mismo proceso educativo

Un sistema educativo y unos profesionales de la enseñanza que se limitan a reproducir las pautas e información recibidas bien podríamos definirlos como estranguladores del futuro, porque la sociedad que no avanza, retrocede.

El sistema educativo que es el instrumento fundamental para transmitir los nuevos progresos se atrinchera en el aula. “La educación”, dice Coombs, “...como transmisora, y creadora de conocimientos ha fracasado, si bien exhorta al cambio a los demás, ella parece renuente a la innovación en sus propios asuntos...”

Ahora bien ¿Qué hace la escuela, la escolaridad con los

pequeños genios que ingresan a las aulas día a día?, pues muy simple: la escuela aplasta la creatividad.

¿Sabían ustedes que además del conocido hecho de que Einstein era pésimo alumno, así como todos los niños en las salas de espera de la dirección, enviados por el maestro por hiperactivos, movedizos, niños que luego fueron grandes bailarines, deportista, artistas?

¿Sabían que en la ciudad de Liverpool, el profesor de música de cuarto año del Hig Scholl tuvo en su aula a tres de los que fueran luego los Beatles, y ni un informe de talento, nada destacado en el colegio, en esa clase de música, de cuarto año?

Cuando a Isidore Rabí, premio Nobel de física, le preguntaron qué le había ayudado a ser científico, respondió: “Al salir de la escuela, todas las otras madres judías de Brooklyn preguntaban a sus hijos: ¿Qué habéis aprendido hoy en la escuela? En cambio mi madre decía: Izzy, ¿te has planteado hoy alguna buena pregunta?” (Christine Chin, 2004).

Llama la atención la escasa presencia de la competencia creativa en el diseño de los nuevos planes de estudio que actualmente se están elaborando en las Universidades.

Más que nunca nos encontramos en la sociedad de la información, estamos rodeados de información, la cual se crea rápidamente y queda obsoleta también rápidamente. Por ello, más que conocer o memorizar ciertas informaciones que pueden dejar de ser válidas en poco tiempo, y a las cuales se puede acceder de forma cada vez más fácil, lo que importa realmente es qué somos capaces de hacer con esas informaciones para resolver las situaciones que se nos planteen, o bien para crear nuevos productos que mejoren la calidad de vida humana (Jiménez Huhges, 2008).

Parece que en la Universidad de Palermo, la Facultad de Diseño y Comunicación ha levantado el guante, y puede comenzar a diseñar un espacio que favorece el ambiente creativo.

Decálogo del Diseño Creativo dentro de una universidad

1. Aprender a tolerar la ambigüedad e incertidumbre. Favorecer en los estudiantes el desarrollar una tolerancia a la ambigüedad, dándoles más espacio en sus clases para pensar sobre una situación problemática que se les presenta y estimulándolos a reflexionar desde el principio de la clase. También logrando que formen parte de las reglas del grupo, un período de ambigüedad ante los trabajos y conocimientos que deben edificar. No debe temer a este período de germinación de los conocimientos. Este último estará asociado a una incubación de las posibles soluciones.

2. Favorecer la voluntad para superar obstáculos y perseverar. Cuando empezamos con un proyecto innovador para la educación, debemos partir siempre de dos metas: la primera, ser fieles a los objetivos que deseamos alcanzar; y la segunda, estar conscientes de que para llegar a lograrla se van a presentar toda una serie de barreras a derribar. Se elimina una y aparece otra y así sucesivamente hasta alcanzar nuestro objetivo. Los obstáculos se convierten en oportunidades y no en amenazas.

3. Aprender a confiar en lo potencial y no sólo en lo real. El profesor debe confiar en las capacidades potenciales

de sus alumnos y no solamente en las reales. Debe favorecer una “enseñanza desarrolladora y colaborativa” en donde lo que el alumno puede realizar con su apoyo pueda hacerlo solo el día de mañana.

4. Vencer el temor al ridículo y a cometer errores. Debemos enseñar a nuestros alumnos a vencer el temor al ridículo y a cometer errores, ya que esto representa romper con reglas establecidas. En el caso del temor a cometer errores es importante aprender a “reciclar los mismos como fuente de aprendizaje”. Además, evitar que el alumno tenga miedo a equivocarse.

5. Desarrollar tanto en nuestros maestros como en los alumnos, una actitud diferente ante la responsabilidad del proceso de enseñanza-aprendizaje. Los alumnos deben tomar poco a poco la responsabilidad de su propio aprendizaje en la medida en que desarrollen una “motivación intrínseca” en torno a esto.

6. Autoridad para validar el conocimiento debe partir de un proceso social, dialógico y cooperativo. Para esto es necesario romper con aquellas creencias en las cuales el maestro tiene la verdad acerca del conocimiento a construir y el alumno debe encontrarla bajo el control de este experto; donde el maestro constantemente habla y el alumno escucha y les hace sentir en las clases que está plenamente seguro de lo que enseña, que hay poco que descubrir e indagar en relación con esto.

7. Quitar los lentes empañados que en determinadas ocasiones no permiten ver la ignorancia. Se vive con lentes empañados cuando: año tras año se repiten las clases tal como se planificaron la primera vez; se termina una licenciatura, maestría o doctorado y nunca más se vuelve abrir un libro de texto o se asiste a un curso de posgrado para el enriquecimiento de la práctica educativa; cuando no se tiene la valentía de decir al alumno qué es lo que se sabe y qué es lo que no. Si se desea limpiar los lentes se debe emplear el conocimiento de manera flexible.

8. Convertir las aulas en espacios para asombrarnos, experimentar e investigar. Uno de los recursos más importantes y al alcance del educador es la capacidad de asombrarse ante cada comentario reflexivo o creativo de sus alumnos.

9. Los estudiantes necesitan tratarse como personas, es decir, tener una buena comunicación cuando están creando o pensando. Los alumnos requieren aprender a escuchar críticamente, tener apertura hacia el juicio del discrepante. Además, necesitan aprender a retroalimentarse a sí mismos y a los otros durante un proceso creativo o crítico.

10. Unidad de lo cognoscitivo y lo afectivo en cada sesión de atmósferas creativas. Cuando se está trabajando el pensamiento creativo y reflexivo se parte siempre de que la actividad lúdica que se esté realizando va a movilizar los recursos afectivos e intelectuales de la persona que esté ejercitando en ese momento la misma. Además, es importante crear un clima donde se dé “un matrimonio entre los afectos y el intelecto”, así como también buscar

un equilibrio entre lo afectivo e intelectual, para lograr un espacio dinámico y motivante para el buen pensar.

Referencias bibliográficas

- Boden, Margaret A. (1994). *La mente creativa*, España, Gedisa.
- De Bono, Edward (1971). *Lateral Thinking for Management*, Maidenhead, England, McGraw-Hill, London, Penguin.
- De Bono, Edward (1995) *El pensamiento creativo*, Paidós empresa.
- De Prado Diez, David (1997) *Manual De Activación Creativa*. Santiago de Compostela
- Dyer, Wayne W. (1984). *El cielo es el límite*, México, Grijalbo.
- García-Pelayo y Gross, Ramón (1991). *Pequeño Larousse Ilustrado*, México, Larousse.
- Pavlovsky, Eduardo (2007) *Espacio y creatividad*. Galerna
- Sagan, Carl (1989). La persistencia de la memoria, Serie COSMOS episodio 11, Carl Sagan Productions Inc-Videovisa, Videocassette, 52 min.
- Villegas Martínez, Fabián (1985). *Como desarrollar la creatividad gerencial*, México, Ed. Pac, contraportada.

Abstract: “In the Faculty of Design and Communication there is a high level of creativity”, expressed Silvia Lartirigoyen – senior partner of Tiendas Web– in the August issue of Periódico DC, a monthly publication issued by the faculty. This comment inspired the author in the writing of this article which develops the differences between creativity, creative production, and creative atmosphere. In addition, a university Creative Design Decalogue is proposed.

Key words: education – design – creativity – atmosphere – production – trend – university.

Resumo: “Na Faculdade de Design e Comunicação há um alto grau de criatividade”, expressou Silvia Lartirigoyen, sócia gerenta de Lojas Site na faculdade. Ao lê-lo no jornal da Faculdade de Design e Comunicação da Universidade de Palermo, do mês de agosto na página 4, me pergunto ¿Que é o que a levou a Silvia a esta conclusão? É assim que no presente escrito desenvolvimento as diferenças entre criatividade, produção criativa, ambiente criativo e proponho um Decálogo do Design Criativo dentro de uma universidade.

Palavras chave: educação – design – criatividade – ambiente – produção – tendência – universidade.

(¹) **Eduardo Vigovsky.** Psicólogo, profesor de teatro, actor. Dicta un curso de creatividad y resolución de conflictos, Centro Rojas. Asesor creativo de empresas que organizan eventos. Profesor en la Universidad de Palermo .