

Diseño y didáctica

Competencias para la creatividad

ISBN: 978-958-725-175-3



Victoria Eugenia Mena Rodríguez
Carmen Lucía Vargas Mayo
María del Pilar Cuellar



UTADEO

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO
PROGRAMA DE ARQUITECTURA

Mena Rodríguez, Victoria Eugenia

Diseño y didáctica. Competencias para la creatividad / Victoria Eugenia Mena Rodríguez, Carmen Lucía Vargas Mayo, María del Pilar Cuéllar -- Bogotá : Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, 2015.

158 p. ; 22 cm.

ISBN 978-958-725-175-3

1. APTITUD CREADORA EN DISEÑO. 2. DISEÑO INDUSTRIAL. I. Vargas Mayo, Carmen Lucía. III. Cuéllar, María del Pilar. IV. tit.

CDD745.2"M52"

Diseño y didáctica. Competencias para la creatividad

ISBN: 978-958-725-175-3

Primera edición: 2015

Grupo de Investigación

Diseño y Didáctica:

Investigadora principal: Arq. Victoria Eugenia Mena Rodríguez

Coinvestigadoras:

D. I. Carmen Lucía Vargas Mayo

Arq. María del Pilar Cuéllar

©Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, 2015
Carrera 4 N° 22-61 / PBX: 2427030 /www.utadeo.edu.co

Rectora:
Cecilia María Vélez White

Vicerrectora Académica:
Margarita María Peña Borrero

Decano Facultad de Artes y Diseño:
Arq. Alberto Saldarriaga Roa

Dirección de Investigación, Creación y Extensión:
Leonardo Pineda Serna

Director Programa de Arquitectura:
Arq. Carlos Hernández

Director (E) de Publicaciones:
Jaime Melo Castiblanco

Concepto gráfico, diseño, diagramación y retoque fotográfico:
Luis Carlos Celis Calderón

Fotografías y gráficos:
Victoria Eugenia Mena Rodríguez
Carmen Lucía Vargas Mayo
María del Pilar Cuellar

Coordinación de producción y revisión de textos:
Henry Colmenares Melgarejo

CONTENIDO

Introducción	7
CAPÍTULO 1 Fundamentación conceptual y teórica de la creatividad como determinante en los procesos de valoración de la creatividad en diseño	9
CAPÍTULO 2 Definición de competencias para el desarrollo y valoración de la creatividad	31
CAPÍTULO 3 Modelos de aplicación de competencias de creatividad en diseño básico	81

Introducción

El trabajo investigativo se inscribe en la línea de investigación Pedagogía del Diseño del Programa de Arquitectura de la Universidad Jorge Tadeo Lozano de Bogotá, como parte de las reflexiones del grupo de investigación Diseño y Didáctica. En esta oportunidad, a partir del enfoque de aprendizaje por competencias y la experiencia docente en el área de diseño, la investigación explora la construcción de herramientas conceptuales e instrumentales para mejorar la evaluación de los procesos de creación en los talleres de diseño.

El acercamiento a la valoración de los procesos creativos en diseño se construye a partir de: primero, una fundamentación conceptual y teórica de la creatividad como determinante en los procesos de valoración. Segundo, la definición de competencias e instrumentos que faciliten la recolección de información significativa para la valoración de la creatividad. Tercero, a partir del trabajo anterior, se ofrece a los lectores dos modelos de aplicación de competencias de creatividad en diseño básico a partir de secuencias didácticas diferentes; una enfatiza la creatividad desde ejercicios perceptuales mientras la otra resalta el carácter instrumental de los mismos. En los dos casos el proceso permite encontrar información determinante para la valoración del alcance de competencias de creatividad para la producción de objetos de diseño básico, que será de interés para los docentes comprometidos en fundamentar, experimentar y valorar ejercicios tendientes a fortalecer competencias creativas de los estudiantes. Finalmente, el último capítulo se encarga de las reflexiones finales en torno a la valoración de procesos de creación en diseño básico a partir del enfoque de aprendizaje por competencias.



Fundamentación
conceptual y teórica
de la creatividad como determinante
en los procesos
de valoración de la
creatividad en diseño

CAPÍTULO 1



Dibujo a lápiz
Estudiante de Diseño Básico 2
Profesora María del Pilar Cuéllar 2010

EL CONCEPTO DE CREATIVIDAD

La fundamentación conceptual de la creatividad como aspecto determinante para abordar la comprensión de lo que significa la valoración de los procesos de creación en diseño a partir del enfoque de competencias, parte de la comprensión del término creación. Desde su raíz etimológica se encuentra que la palabra deriva del latín *creare* (tener hijos, engendrar), en sentido figurado se revela esa cualidad de dar a luz con el nacimiento de algo.

Respecto a la palabra creación, el sufijo *ción* se refiere a la acción y efecto de crear. El mito cosmogónico relatado en el Génesis del Antiguo Testamento enseña un modelo de creación intervenido por la acción divina, se trata de la creación *ex nihilo* (de la nada) del universo, o bien de la creación que se hace a partir de un caos original: "En el principio Dios creo los cielos y la tierra. Y la tierra estaba desordenada y vacía, y las tinieblas estaban sobre la faz del abismo, y el Espíritu de Dios se movía sobre la faz de las aguas".

La creación asociada a un don, describe una trayectoria que la localiza en un espacio mítico, en tanto es donación de las musas y los dioses.

Históricamente en el Renacimiento la actividad creadora estuvo asociada al genio como un rasgo extraordinario de la personalidad del científico y atribuido también a artistas, más tarde, en el siglo XVIII el concepto de la creación surgió como tema en las teorías del arte y la filosofía y estaba relacionado con las facultades de imaginar y percibir. Para el siglo XX se incorpora el acto de crear a los artistas y diseñadores y se agregan palabras como creativo (adjetivo) y creatividad (sustantivo).

La palabra creatividad es de aparición reciente, tiene su referente inmediato en la voz anglosajona *creativity*. Justamente en la década de los 50, el profesor de psicología P. Guilford, presidente de la Asociación Americana de Psicología, presenta por primera vez el término en la conferencia Creativity, allí plantea que “la creatividad es una capacidad intencional, producto de la mente superior consciente, que puede ser analizada y descrita con comportamientos susceptibles de tratamiento empírico y mensurable”.

Actualmente se puede decir que “creativo” se aplica a toda la cultura, las ciencias, la tecnología y la política; así, el crear, la creatividad, el ser creador o creativo, es inherente a la complejidad de la condición humana.

“El ser humano es un ser racional e irracional capaz de mesura y desmesura; sujeto de un afecto intenso e inestable; él sonríe, ríe, llora, pero sabe también conocer objetivamente; es un ser serio y calculador, pero también ansioso, angustiado, gozador, ebrio, estático; es un ser de violencia y de ternura, de amor y de odio; es un ser invadido por lo imaginario y que puede conocer lo real, que sabe de la muerte pero que no puede creer en ella, que segrega el mito y la magia pero también la ciencia y la filosofía; que está poseído por los dioses y por las ideas, pero que duda de los dioses y critica las ideas; se alimenta de conocimientos comprobados, pero también de ilusiones y de quimeras”.¹

Una condición que abandona la mirada unilateral que define al ser humano por la racionalidad, la técnica, las actividades utilitarias o las necesidades obligatorias y la cambia por

1 Morin E. *Los siete saberes para la educación del futuro*. Editorial Magisterio, Bogotá 2001. Pág. 61.

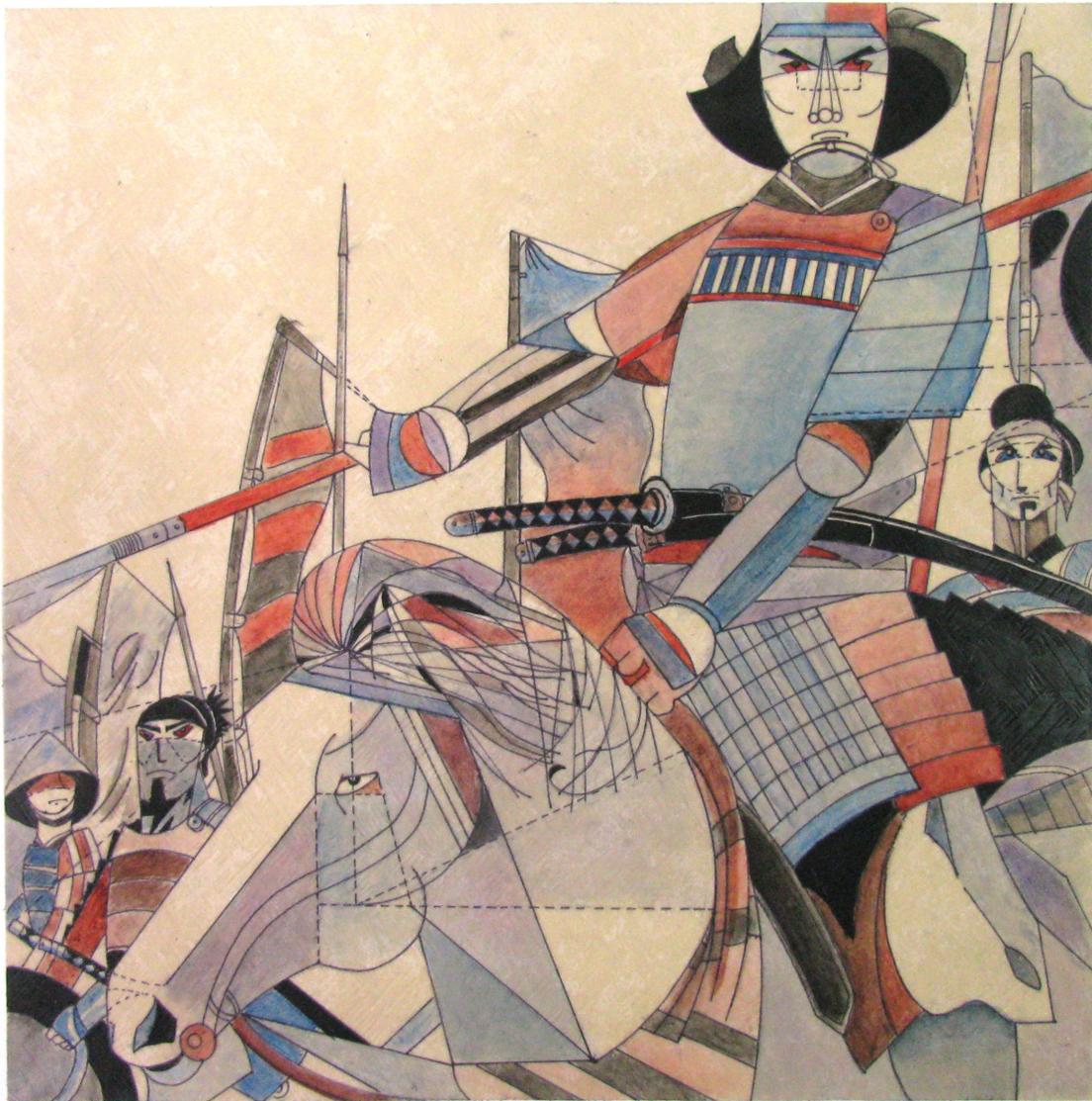
todas ellas; el hombre puede ser racional o delirante, empírico o imaginario, fuerte o débil; económico o consumista, por citar algunos ejemplos.

Esto permite entender la creatividad como la fabricación de cosas nuevas que no necesariamente parten de la nada, la creatividad es un concepto que tiene un ámbito muy amplio: abarca toda clase de actividades y producciones humanas, no solo aquellas que han sido realizadas por los artistas y diseñadores sino también por los científicos y técnicos.

EL FENÓMENO CREATIVO

La complejidad del fenómeno creativo se ha explicado desde diferentes perspectivas epistemológicas, todas ellas enmarcadas por orientaciones disciplinares filosóficas, psicológicas, psicoanalíticas, sociológicas, neurológicas o biológicas (Saturnino de la Torre, 1984: 44). Dice que *"Se distinguen dos corrientes fundamentales que interpretan la actividad creadora; por una parte están las teorías filosóficas o precientíficas que entienden el fenómeno como inspiración divina, producto del genio, de la locura o de la fuerza vital y por otro lado las corrientes psicológicas donde se distingue el asociacionismo, las teorías conductistas, la Gestalt y las teorías factoriales"*.

Desde las corrientes psicológicas se plantea que la creatividad se basa en el desarrollo de procesos de pensamiento y habilidades, comunes a todas las personas, y que una definición de la creatividad basada en la descripción de tipos de procesos de pensamiento y estructuras mentales involucrados en esta, permite dejar de pensar en la creatividad como algo misterioso. En el siguiente cuadro se destacan algunos elementos que desde diferentes referentes teóricos resultan pertinentes para consolidar el soporte conceptual para la valoración de la creatividad dentro de los procesos de diseño.



Dibujo en tinta
Estudiante de Diseño Básico 2
Profesora María del Pilar Cuéllar 2010

CUADRO COMPARATIVO ENTRE LAS DEFINICIONES DE CREACIÓN SEGÚN DIFERENTES AUTORES Y SU IMPORTANCIA EN EL ESPACIO DE EXPLORACIÓN DE DISEÑO BÁSICO		
Teorías	Autor/Fuente	Definición/Interpretación
FACTORIAL	Diccionario de Psicología	Término no bien definido que designa una serie de rasgos de la personalidad, intelectuales y no intelectuales de los sujetos creativos.
	Diccionario RAE	Facultad de crear, capacidad de creación.
	Guilford	Huir de lo obvio, lo seguro y lo previsible para producir algo que resulta novedoso. se refiere a las aptitudes que son características de los individuos creadores, como la fluidez, flexibilidad, originalidad y pensamiento divergente. No es el don de unos pocos escogidos, sino que es una propiedad compartida por toda la humanidad en mayor o menor grado.
	Amabile (1983)	Existe en tanto existan: destrezas en el campo, destrezas para la creación, y características específicas de motivación a la tarea.
	Beltrán y Bueno (1995)	Capacidad esencial del ser inteligente que le permite producir una especie de obras que se llaman "creaciones" u obra creada. NOCIÓN ONTOLÓGICA: sería aquella presente en la existencia por el creador, sacándola de la nada, de tal forma que en su producción no tiene que echar mano usando algo preexistente. Este tipo de obra es solo de Dios (creador por excelencia). Los hombres también son creadores y su acción consiste en hacer algo nuevo y original, pero de algo ya existente. NOCIÓN PSICOLÓGICA: se refiere a un ser que ya existía, pero que en virtud de la acción del ser inteligente, que es el creador, recibe un nuevo modo de ser; y esto es lo que les otorga la consideración de "verdaderas creaciones". Rasgos de la creación: contingencia, racionalidad, originalidad, imaginación creadora, singularidad, rareza, excepcionalidad, sensibilidad, flexibilidad, independencia, gusto, trabajo, razón, voluntad.
	Csikzentmoholyi (1995)	Función de tres elementos: campo (lugar o disciplina donde ocurre), persona (quien realiza el acto creativo) y dominio (grupo social de expertos). Se define la creación como "el estado de conciencia que permite generar una red de relaciones para identificar, plantear, resolver problemas de manera relevante y divergente".

Teorías	Autor/Fuente	Definición/Interpretación
FACTORIAL	D.E. Papalia (2004)	Habilidad de ver las cosas bajo una nueva perspectiva e inventar luego soluciones nuevas, originales y eficaces. Está directamente relacionada con la motivación, conocimientos previos, aprendizaje, independencia, carácter y determinación.
	Mayers (1998)	Capacidad para producir nuevas y valiosas ideas. Las distintas salidas a la creación dependen de la cultura, en donde esta significa expresar temas familiares a través de nuevas formas. Sus componentes son: 1. COMPETENCIA: una base de conocimiento bien desarrollada. Cuantas más ideas, imágenes y frases nos encontremos a lo largo de nuestro aprendizaje, más posibilidades tenemos de combinar estas piezas mentales de nuevas formas. 2. PENSAMIENTO IMAGINATIVO: proporciona la capacidad de ver las cosas de distintas formas, de reconocer modelos, de establecer conexiones. 3. PERSONALIDAD AUDAZ: tolera la ambigüedad y el riesgo, persevera en superar los obstáculos del camino y busca nuevas experiencias, en lugar de seguir la corriente. 4. MOTIVACIÓN INTRÍNSECA: las personas creativas no se centran en motivaciones externas como pueden ser alcanzar metas, impresionar a las personas o ganar dinero, sino más bien en el placer y el desafío intrínseco de su trabajo. 5. ENTORNO CREATIVO: suscita, apoya y perfecciona las ideas creativas.
	Venturini (1998)	Capacidad humana de modificar la visión que tiene de su entorno a partir de la conexión con su yo esencial. Esto permite al hombre generar nuevas formas de relacionarse con el entorno y crear nuevos objetos; y estaría fuertemente determinada por los genes pero también puede ser desarrollada y estimulada. Capacidad que tiene el ser humano de enfrentarse con una necesidad expresiva y lograr comunicarla.
	Torrance	Proceso que vuelve a alguien sensible a los problemas, deficiencias, grietas o lagunas en los conocimientos y lo lleva a identificar dificultades, buscar soluciones, hacer especulaciones o formular hipótesis, aprobar y comprobar esas hipótesis, a modificarlas si es necesario, además de comunicar los resultados.

Teorías	Autor/Fuente	Definición/Interpretación
	G. Aznar (1973)	Designa la amplitud o aptitud y amplitud para producir soluciones nuevas, sin seguir un proceso lógico pero estableciendo relaciones lejanas entre los hechos. Hay un rasgo que todos atribuyen a lo creativo y es lo nuevo, siendo esto algo que previamente no existía teniendo un aspecto positivo.
	Margaret Mead	El descubrimiento y la expresión de algo que es tanto una novedad para el individuo creador como una realización en sí mismo.
NEUROPSI-COFISIOLÓGICA	Lavados, J. (1989) Solar, M.(1988)	Existe un equilibrio cognoscitivo emocional de forma tal que el individuo se encuentre abierto ante la multiplicidad de información para buscar nuevas formas de asociación, relación, concepción y solución de problemas.
ASOCIACIONISTA	Mednick (1962) y Malzman (1960)	Definen la creación como asociaciones orientadas a combinaciones nuevas, y esto será tanto más creativo cuanto más alejados estén los elementos asociados. Las diferencias individuales para las asociaciones creativas, descansan en la capacidad del individuo para producir asociaciones remotas o las que tienen poco de común entre sí. Según esta corriente el número de asociaciones que se realizan determina el grado de creación de la persona, y cuanto más remotas son las asociaciones más rico es el producto.
GESTÁLTICA	M. Wertheimer (1925)	Hay una fuerte analogía entre el proceso de pensar creativo y el proceso perceptivo: comprender significa captar conexiones, entre los estímulos percibidos, generando relaciones de tipo casual o formal. Según esta corriente, el proceso es más creativo y el producto más novedoso cuanto más marcado aparece el cambio de orden, la diversidad de conexiones. Utiliza el vocablo creativo como sinónimo de productivo y considera que el enfrentamiento a un problema se asimila con un esquema de representación similar a una figura abierta. Entonces, esto significa transformar productivamente el planteamiento inicial del problema: iniciar una búsqueda a través de una especie de hilo conductor, mediante el cual cada percepción no queda aislada, sino que se vincula o anuda directamente con la siguiente. Hay que aprender a mirar de una forma distinta un problema; desterrar la rutina con la que se hace y darle un giro al percibir.
EXISTENCIALISTA	May y Sclachtel (1959)	Encuentro "entre sujeto y entorno, como disparador del acto creativo. Todo conflicto presupone límites y la lucha contra los límites es la fuente genuina de los productos creativos". La persona creativa es la que está alerta y actúa como centinela respecto del entorno. Se reafirma el concepto de que la creación se reconoce como la necesidad de comunicarse con el entorno.

Teorías	Autor/Fuente	Definición/Interpretación
TRANSFERENCIA	Guilford (1952, 1967)	<p>El individuo creativo está motivado por el impulso intelectual de estudiar los problemas y encontrar soluciones a los mismos.</p> <p>El modelo de Guilford, basado en el análisis combinatorio, consta de tres dimensiones, ya que todo comportamiento inteligente debería caracterizarse por una operación, un contenido y un producto. Las tres dimensiones aparecen constituidas, pues, por los contenidos del pensamiento, sus operaciones y sus productos.</p> <p>La creación es un elemento del aprendizaje y aprender, es captar nuevas informaciones. La creación, en consecuencia, pertenece a los aspectos generales del aprendizaje y como tal puede ser adquirido y transferido, por lo mismo, a otros campos o cometidos.</p>
INTELIGENCIAS MÚLTIPLES	H. Gardner (1988)	<p>Considera la creación como un fenómeno multidisciplinario.</p> <p>El individuo creativo es una persona que resuelve problemas con regularidad, elabora productos o define cuestiones nuevas en un campo, de un modo que al principio es considerado nuevo, pero que al final llega a ser aceptado en un contexto cultural concreto.</p> <p>Los elementos centrales de la teoría son: el individuo, el trabajo y otras personas.</p> <p>Afirma que las soluciones creativas a los problemas se dan con mayor frecuencia si los individuos se dedican a una actividad por puro placer, que cuando lo hacen por recompensas o por exigencias exteriores. El saber que uno será juzgado como creativo, limita las posibilidades creativas.</p>

La caracterización anterior hace evidente que el acto de creación no es producto de un evento esporádico o una simple ocurrencia, es más complejo que eso porque está directamente relacionado con el ejercicio de la mente para generar nuevas conexiones y buscar salidas con combinaciones diversas entre los factores que integran un problema particular, y atraviesa estas posibilidades desde las más obvias hasta otras más remotas o impensables. Los autores plantean que para comprender la creatividad es necesario tener en cuenta cuatro aspectos fundamentales donde el fenómeno de la creatividad se manifiesta.

2.1 La persona creativa. Gilford(1967), Gruber (1988), Galton (1985)

En la caracterización de la persona creativa a partir de los enfoques psicológicos, se delimitan los rasgos para identificar los componentes de la personalidad, que van desde las dimensiones afectivas hasta las motivacionales o también aspectos referentes a la inteligencia humana descritos por los sistemas cognitivos.

Desde este enfoque se ha concluido que características como la flexibilidad de pensamiento o capacidad de planificar y evaluar, la tolerancia a las dificultades, la motivación intrínseca, el entusiasmo por lo inusual, y la tendencia a la originalidad, dan cuenta de la persona creativa. Lo que interesa en este enfoque es reconocer que a una persona que no le es indiferente lo que hace, se afecta, se modifica y se transforma en la medida que tiene la capacidad de adaptarse a nuevas situaciones y se puede potenciar la creatividad por medio de experiencias múltiples que integren las ideas que van surgiendo, permitir actividades y preguntas abiertas y novedosas que movilizan y favorecen diversas maneras de interactuar.

2.2 El producto novedoso. Wallash Kogan (1972)

Las teorías referidas a la caracterización del producto plantean que el producto es el resultado de un proceso creador, tienden a establecer criterios de valoración que dan cuenta de las relaciones que establece el producto en sí mismo, con el contexto y con la persona creadora. Horst Oehlke (1978) propone que los productos creados no solo hacen referencia a la dimensión sensible y perceptible por los sentidos, sino que deben observarse bajo la óptica de la utilidad práctica o instrumental, en tanto satisfacen necesidades del ámbito social e individual; desde este enfoque se propone investigar el objeto de diseño sobre la base de tres criterios: el primero, entender el objeto como precepto, es decir a la percepción sensorial, el segundo como producto pragmático y el tercero, el criterio conectivo (Oehlke, 1988)

- **El criterio perceptual**

En el primer caso, el producto en sí mismo, se observa el criterio tipológico. El tipo es un concepto que da cuenta de un complejo ordenado, compuesto por elementos que están gobernados entre sí por relaciones precisas para conformar una estructura que tiene propiedades perceptuales como son: la forma, el color, la textura, el tamaño. La idea de tipo supone un proceso de abstracción que permite relacionar diversos objetos con una raíz común. En el caso de los objetos producto de estrategias de diseño, esto se entiende como la síntesis de un complejo semántico que valorado desde la dimensión de novedad y originalidad puede ser: la creación de un nuevo complejo semántico, hasta una adaptación o modificación de lo ya existente.

- **Criterio pragmático**

También se observan criterios pragmáticos en la valoración de los productos en la medida que lo identifican como una resolución o respuesta a una situación problemática; para observar los objetos desde los criterios fácticos se observa: la eficiencia y la elaboración. La eficiencia se refiere a la capacidad de lograr el efecto que se desea donde las partes del objeto están cumpliendo niveles de optimización. La elaboración se entiende como la capacidad de profundizar y consolidar una idea, esto implica una búsqueda de perfeccionamiento y precisión en las acciones, la elaboración es la práctica que permite transformar las ideas y los propósitos en objetos materializados, un procedimiento que convierte la energía mental de realización de ideas por medio de la transformación de la naturaleza y la energía física productiva.

- **Criterio conectivo**

El criterio conectivo indaga en las implicaciones contextuales del objeto, donde se destacan las posibilidades comunicativas, que resumen condiciones, las capacidades relacionales de

los productos. Sin embargo, lo más difícil de resumir o valorar en el producto, es la sorpresa que causa en el espectador, cuando tiene esa capacidad de ligar fenómenos de la experiencia que antes estaban dispersos o eran independientes y en el objeto creado en una forma de armonía, con una materia modelada por medio de dominar la técnica que antes no era posible o insospechada, lo anterior provoca una experiencia que renueva los sentidos y eso vale tanto para el autor como para el espectador.

2.3 El proceso de creación. Dewey (1910), Poincaré (1973), Wallas (1926)

En la caracterización del proceso creativo, se entiende como una práctica de operaciones y estrategias para la resolución de problemas, donde intervienen procesos cognitivos y afectivos, se define como: el proceso trazado por los momentos de creación. En unos casos se observan teorías que resaltan momentos no determinados o implícitos, que hablan de intuición o alumbramiento, como en el procedimiento explicado por Poincaré (1973) que plantea momentos como: preparación, incubación, iluminación y verificación. También se encuentran secuencia más pragmáticas como son: el encuentro con el problema, la localización e información de los elementos pertinentes, planteamiento de la solución, desarrollo logístico y observaciones y procedimientos, explicado por Dewey (1910). Estos procesos que se asemejan entre sí por que contienen momentos definidos como bloques complejos de pensamiento y acciones que van respondiendo a los momentos de incertidumbre y desconocimiento hacia la evidencia y la configuración. Cuando se exterioriza el proceso de creación, surge el objeto que va emergiendo ante los ojos atónitos del creador, que lo increpa y le plantea requerimientos insospechados, como si el objeto avanzara a otra velocidad y el proceso toma la delantera para trazar sentidos, a veces plantea una serie de destrucciones, en otros momentos adiciones, a veces parece fallido y en otros iluminado. Cómo evaluar indicadores de efectividad y eficiencia si en algunos instantes el error hace que explote la idea.

2.4 El ambiente creativo. Osborn (1953), Wertheimer (1945)

Por último, están las teorías referidas a la influencia del ambiente, se entienden como redes de acontecimientos en la interacción de fenómenos culturales, sociales, políticos y económicos. Se observa la cultura como un conjunto de dominio que procesa, produce y almacena la información, por lo anterior: se verifican los canales de accesibilidad a la información, la disponibilidad y los mecanismos de información que movilizan la apertura cultural, la permeabilidad, la adaptación y asimilación de los impactos culturales. En síntesis, estas teorías plantean que el intercambio de información cultural, estimula la aparición y el desarrollo de las potencialidades del individuo, es importante resaltar dentro de esta categoría, el enfoque ecosistémico de investigación en creatividad que plantea una dinámica compleja de interacciones, avances, retroceso y vuelta a empezar, una analogía de los procesos de la vida.



Composición bidimensional
Estudiante de Diseño Básico 2
Profesora María del Pilar Cuéllar 2010

LA CREATIVIDAD COMO HECHO ONTOLÓGICO

La red de pensamiento complejo en creatividad de Colciencias, plantea que: *“La creatividad se comienza a ver desde algunas teorías como un hecho ontológico más que cognitivo; es la presencia del hombre ante su realidad la que importa y no tanto su eficacia sobre ella”* (González Quitián, 2010: 3).² En la participación del acontecimiento creativo, bien sea como creador o espectador, el sujeto no solo recurre a un problema de acciones y conocimientos, sino que actúa de manera integral, novedosa y emotiva en tanto que la experiencia creativa es un dispositivo que ajusta, recompone y dinamiza diversas esferas de la vida, una experiencia de transformación y autotransformación que transita en sentidos complejos de ida y retorno, entre el orden y el caos.

La creatividad como un hecho ontológico, es abordada en la investigación de la doctora Sara Barrena (2003-2010)³ quien a su vez explora los conceptos de creatividad en Charles S. Peirce,⁴ ella afirma que: *“La capacidad de crear es una característica central e inseparable de la razón humana, algo que todos poseemos y podemos desarrollar”* (Barrena, 2008: 11-38),⁵ este planteamiento localiza a la creatividad como *el poder creativo de lo razonable*, en el cual no se reduce solo a la razón instrumental, sino que es una búsqueda de hacer razonable la propia vida y lo que le rodea, en síntesis es una razonabilidad que integra las diversas instancias humanas, dice:

-
- 2 Tomado de internet el 28 de febrero de 2010. Disponible en: <http://www.manizales.unal.edu.co/procrea/descargas/Ori-genytenden.pdf>
 - 3 La investigadora Sara Barrena afirma que Charles Peirce no utilizó el término creatividad, sin embargo encuentra numerosas pistas para su seguimiento en los escritos, que permiten elaborar una teoría de la creatividad humana, en la medida es definido el poder creativo como una capacidad central de la razón. Tema que desarrolla en numerosos escritos y en especial se puede consultar su tesis doctoral (2003).
 - 4 Charles S. Peirce (1839-1914). Su pensamiento y obra abarcan diversos ámbitos que convergen en la experiencia vital. Por lo anterior se le asocia a la semiótica y al pragmatismo. Se interesó en las relaciones entre la historia y la metodología de la ciencia lo que le permitió teorizar acerca del método científico y las lógicas del descubrimiento. En su obra se conjugan conocimientos de la tradición histórica y de la filosofía de la ciencia, su propia experiencia personal como investigador científico y creador, le permitió plantear una filosofía de la creatividad anudada a la experiencia propia, abierta a las interpretaciones y al diálogo permanente con la comunidad científica.
 - 5 Tomado de internet el 29 de febrero de 2010. Disponible en <http://www.unav.es/gep/BarrenaUtopia.html>

“Existe en Peirce un permanente interés por explicar el logro creativo y el lugar que los actos creativos ocupan en un universo inteligible. El ‘poder creativo de lo razonable’ es lo que permite explicar al ser humano y al universo entero. Desde esta perspectiva Peirce intentó dar una respuesta a las cuestiones cosmológicas y metafísicas combinando la inteligibilidad del universo, es decir, aquello general y mediado, sujeto a ley, con la espontaneidad de la mente humana, esto es, con la creatividad, con la generación espontánea e impredecible de nueva inteligibilidad real. La respuesta peirceana busca una salida a la cuestión de la continuidad y la discontinuidad que se encuentra en el corazón de la pregunta por la creatividad” (Barrena 2008:11-38).⁶

Siguiendo el pensamiento peirceano se entiende que los actos creativos explican la esencia del ser humano y el universo entero, esta anotación lo declara como un hecho ontológico. La búsqueda de inteligibilidad hace introducir una idea que no estaba contenida en los datos previos y provoca enlaces que de otra manera no se hubieran tenido, desde esta perspectiva es un procedimiento que en principio supone enfrentar un campo difuso aún no determinado lleno de incertidumbres y carencias, donde emerge una situación que motiva la búsqueda de estrategias, para delinear situaciones y así plantear aportes a la visión del problema. Un proceso que relaciona una serie de conceptos con una hipótesis a definir que obligan a volver atrás sobre los hechos para permitir el ingreso de acciones inesperadas o espontáneas.

Lo nuevo que se introduce en los procesos de creación se define entonces como: un pliegue que se desdobra del plano de lo habitual y en esta dinámica se hace presente la sorpresa, la originalidad que confronta el mundo de lo conocido con lo inédito; una ruptura de hábitos y modos de funcionamiento, que se efectúa al imprimir sus intenciones, sus necesidades e intereses mediante un proceso de verificación, redefinición y valoración de cada uno de los momentos de la actividad. Una actitud expectante y con una observación aguda para atender cada uno de los momentos. Cuando la sorpresa aparece se reconoce y posteriormente se asimila, es en este instante, donde el asombro se diluye para dar pie al comienzo de una

6 *Ibid.* Págs. 11-38.

nueva experiencia. Como en el dibujo de una espiral que relocaliza siempre el punto de inicio. De lo anterior se deduce que la creatividad es esa actividad continua de aptitudes, actitudes y facultades que permiten bordear los límites del conocimiento y ensancharlo; actividad que solo puede darse al perturbar el marco cognitivo preestablecido por las formas de conocer el mundo y explicarlo. El proceso de conocimiento cuando relocaliza los conceptos y las percepciones iniciales es considerado como formativo porque en la actividad emergen situaciones de autorreconocimiento y formación.

LA CREATIVIDAD COMO HECHO COGNITIVO

Si se acepta que la capacidad de crear es una característica central e inseparable de la razón humana, algo que todos poseemos y podemos desarrollar, como plantea Sara Barrena, entonces se puede establecer una relación directa entre la capacidad de desarrollar la creatividad a la par del desarrollo de la estructura de pensamiento, dentro de los procesos de aprendizaje.

La estructura de pensamiento tiene dos componentes básicos para la organización del conocimiento personal: de un lado, el pensamiento táctico o intuitivo y por otro, el pensamiento racional o simbólico; de igual manera, los dos están cimentados en un núcleo de valores que orientan el accionar de la estructura mental según ciertos intereses individuales. En esta estructura el conocimiento nuevo se integra al preexistente, en la medida que el aprendizaje resulte significativo. Según Ausbel,⁷ un aprendizaje es significativo cuando los contenidos son relacionados coherentemente con ideas y saberes que el estudiante ya posee en su estructura de pensamiento, quiere decir que en el proceso educativo, es importante considerar lo que el individuo ya sabe, de tal manera que establezca una relación con aquello que debe aprender. Así, el proceso de aprendizaje y de desarrollo de la creatividad, se convierte en un proceso de negociación de significados para la acomodación de las estructuras de pensa-

7 David Paul Ausbel nació en New York, EE. UU. en 1918. Adelantó estudios en la Universidad de Nueva York. Originó la teoría del "Aprendizaje significativo", ha escrito varios libros sobre psicología de la educación.

miento individual, para ello, el ejercicio pedagógico de aprendizaje a partir de competencias⁸ resulta útil como estrategia para el desarrollo y la valoración de la creatividad.

Desde el enfoque cognitivo, Antoni Zabala (1995) ofrece estrategias que facilitan el desarrollo de competencias a través de proceso de enseñanza-aprendizaje y valoración de la creatividad según el carácter de los contenidos:

- Para los contenidos factuales: las actividades básicas están relacionadas con ejercicios de repetición, con estrategias que refuercen las organizaciones o asociaciones significativas de los contenidos.
- Para los conceptos y principios: se requiere de actividades que, mediante procesos de elaboración personal, favorezcan la comprensión de significados y funcionalidad.
- Para los contenidos procedimentales: las actividades deben partir de situaciones significativas y funcionales, que presenten los modelos de desarrollo del contenido de aprendizaje, donde se pueda apreciar todo el proceso en sus diferentes etapas, antes de sistematizar las acciones que lo comprenden. Los modelos deberán estar presentes en varias situaciones de aprendizaje, según su pertenencia. Las actividades vinculadas con los contenidos procedimentales han de estar claramente secuenciadas mediante un proceso gradual que facilite el aprendizaje más allá de la simple repetición y han de ir acompañadas con ayudas y prácticas guiadas por el profesor según los requerimientos y niveles del alumno, así como también contemplar actividades de trabajo independiente que sirvan para mostrar la competencia y dominio del alumno frente al contenido aprendido.

⁸ La definición más general de competencia es la de saber hacer en contexto, para la pedagogía conceptual se define a la competencia como “el querer-saber-hacer, con los afectos (valores, sentimientos, juicios de valor, opciones de vida), los saberes (conocimientos, informaciones, pero sobre todo instrumentos de conocimiento y operaciones mentales) y los haceres (las expresiones, los lenguajes, las praxis de un ser humano)”; siendo esto un tipo de enseñanza único y privilegiado de los seres humanos.

Para los contenidos actitudinales: implican que el componente afectivo actúe determinan-temente por lo que su complejidad aumenta en relación a los otros contenidos. Las acti-vidades para su abordaje (valores, normas y actitudes) contienen aspectos de los campos cognoscitivo, afectivo y conductual, en tanto que los pensamientos, sentimientos y compor-tamientos han de depender al mismo tiempo de lo socialmente establecido, así como de las relaciones personales que cada uno establezca con el objeto de la actitud o valor asociado al contenido. Ha de tomar en cuenta no lo más explícito de los valores, sino toda la red de rela-ciones creadas en clase, entre todos los miembros: alumnos-alumnos, alumnos-profesores, alumnos-equipo docente, haciendo referencia a todos los aspectos organizativos y partici-pativos, ya que “muchos de los valores que se pretenden enseñar se aprenden cuando son vividos de manera natural” en el ambiente de clase, con las decisiones organizativas, las re-laciones interpersonales, las normas de conducta, las reglas de juego y los diferentes pape-les existentes en la organización en general. Estos contenidos requieren de la participación activa de los estudiantes para comprender y reflexionar sobre la necesidad y pertinencia de las normas inherentes a su ambiente educativo, para que las respeten y las hagan suyas”.⁹

Apoiados en la concepción pedagógica constructivista se puede decir que el conocimien-to y la creatividad se construyen de manera activa por el sujeto con relación al contexto. Forman una red de interacciones que conjuga los campos cerebral de conciencia y mando (dimensión afectiva), un saber (dimensión cognitiva), un hacer (dimensión conativa), y un querer persistente y voluntario (dimensión volitiva).

Competencias para el desarrollo de la creatividad en artes y diseño

La misión del Proyecto Zero es comprender y promover el aprendizaje, el pensamiento y la creatividad en las artes, en otras disciplinas, en individuos e instituciones. Está formado por un grupo de investigadores de posgrado de la Universidad de Harvard con el propósito de

9 www.monografias.com/trabajos27/constructivismo-pedagogico/constructivismo-pedagogico.shtml?monosearch

mejorar la educación en las artes en especial desde la perspectiva de la pedagogía significativa, para crear comunidades reflexivas y autónomas.¹⁰

Desde el Proyecto Zero de la Universidad de Harvard,¹¹ algunos autores tanto del ámbito del desarrollo de la creatividad (Gordón, 1963; Sobón, 1963; Parnes, 1973; Melhorn, H, 1982; De Bono, 1986; De la Torre, 1982; Guilford, 1991; Rogers, 1991; Torrance, 1992), como en el de la evaluación, han propuesto algunos criterios que facilitan la comprensión y el alcance de competencias para la creatividad, dejando una ventana abierta hacia el cambio, la modificación e incorporación de otros criterios al respecto.

Algunos descubrimientos empíricos para el desarrollo de las artes han determinado tres aspectos de la competencia en artes visuales: la *percepción*, la *conceptualización* y la *producción*; estos a su vez se pueden desarrollar a través de un método de creación para el diseño donde cada uno de los momentos del proceso debe implementar operaciones mentales cognitivas prácticas y afectivas que garanticen la materialización de los objetos.

Las competencias que hasta el momento se han definido como esenciales para la valoración de la creatividad y que se desarrollarán a profundidad en el capítulo siguiente son: fluidez, originalidad, iniciativa, divergencia, sensibilidad, flexibilidad, elaboración, autoestima, motivación, independencia, pensamiento técnico, innovación, invención y racionalización.

10 Cardona Ossa, Guillermo. (2002). "Tendencias educativas para el siglo XXI. Educación virtual, online y @learning elementos para la discusión". <http://edutec.rediris.es/Revelec2/revelec15/car.htm>

11 El Proyecto Zero fue fundado en la Escuela de Posgrado de Educación de Harvard en 1967 por el filósofo Nelson Goodman con el propósito de estudiar y mejorar la educación en las artes. Goodman creyó que el aprendizaje en las artes debería ser estudiado como una actividad cognoscitiva seria, y ese "zero" fue firmemente establecido en el campo; de allí su denominación. Está edificado sobre estas investigaciones para ayudar a crear comunidades de estudiantes reflexivos e independientes; para promover comprensión profunda dentro de las disciplinas; y para fomentar el pensamiento crítico y creativo. La misión del Proyecto Zero es comprender y promover el aprendizaje, el pensamiento y la creatividad en las artes y en otras disciplinas en individuos e instituciones. Sacado de www.pz.harvard.edu



Composición bidimensional
Estudiante de Diseño Básico 2
Profesora María del Pilar Cuéllar 2010



UTADEO

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO

www.utadeo.edu.co