



ARTESANÍAS DE COLOMBIA

Creatividad y expresión plástica en la
producción artesanal.

Graciela Aldana de Conde, asesora

Bogotá D.C., 1985



CREATIVIDAD Y EXPRESION PLASTICA EN LA PRODUCCION ARTESANAL

" La cultura es la huella del hombre sobre la tierra. Por tal motivo, la función de la artesanía no puede limitarse a la simple transmisión del patrimonio cultural de un pueblo, sino ante todo implica el despliegue del enorme potencial expresivo de nuestras diferentes culturas y la recuperación creativa de los acontecimientos, sentimientos y esperanzas de esta compleja pero maravillosa época que nos ha sido dado vivir "

Graciela Aldana de Conde.

El propósito de esta conferencia es compartir algunas de las principales conclusiones del estudio de la creatividad desde la Psicología, con el objetivo de contribuir a la recuperación de la creatividad en la expresión plástica.

Voy a empezar con una definición muy propia de lo que sería la creatividad. Partiendo de esta definición, voy a tratar de demostrar cómo para poder ser creativos, es necesario invertir un poco el orden de nuestras preocupaciones diarias en el sentido de que muchas veces, por estar tan afanados por el producto final de la creatividad, nos olvidamos de una serie de reflexiones y realizaciones previas, que solo si se trabajan bien pueden conducirnos al logro de lo que buscamos : un producto creativo.

Empecemos con la definición de creatividad como una manera especial de pensar, de sentir y de actuar. Voy a desarrollar la conferencia trabajando estas tres dimensiones : comencemos con la dimensión del pensar.

Aquí trataré de responder qué implica pensar creativamente y también -al menos -parcialmente- cómo podemos lograr aprender a pensar creativamente. La segunda dimensión del sentir tiene que ver con una serie de elementos que se han recuperado desde la Psicología a veces de una manera bastante fragmentaria. Vamos a meternos en esa otra dimensión de la afectividad, de lo no -racional de la creatividad- y comentaré algunas de las principales conclusiones en este campo.



Finalmente, me detendré un poco menos en el actuar creativo, pues el supuesto del que parto es que solo si se manejan y se integran adecuadamente estos dos niveles del pensar y del sentir, podremos lograr un actuar creativo, y ese actuar creativo depende de las condiciones y exigencias de los diferentes y múltiples campos de la creatividad, los cuales van desde la creatividad en la vida cotidiana, hasta la creatividad en el arte, en la ciencia, la creatividad en los contextos laborales, educativos, sociales...

La idea que quiero desarrollar básicamente es que todos, por el hecho de ser personas, tenemos un inmenso potencial creativo que desafortunadamente, prácticamente desde que nacemos empezamos a perder; en efecto, desde que aparece el lenguaje, empezamos a empobrecernos a nivel por ejemplo de la percepción visual-básica para la creatividad-, en el captar el mundo a través de la riqueza de los sentidos - que es lo que hace el niño.

En efecto el niño se relaciona con el mundo de una manera más fresca, más activa, lo siente, se deja impresionar y asombrar por él a unos niveles muy profundos. Esto es lo que Arheim plantea al hablar de pensamiento visual : la visión no es simplemente como una cámara fotográfica, sino que al mismo tiempo que estamos viendo las cosas las estamos transformando. Debemos recuperar así mismo la sensibilidad para dejarnos interpelar más libremente por las cosas, por la naturaleza porque desafortunadamente lo que hace la educación es llenarnos de una cantidad de categorías prestadas por otros para ver la realidad como nos lo han enseñado y no dejamos que la realidad nos hable, no somos sensibles a toda una gama de mensajes que podríamos descubrir simplemente con una mirada menos aprensiva. Cuando aparece el lenguaje vamos perdiendo esas otras potencialidades y mi conferencia es un llamado a que las recuperemos de una manera plena como la única forma de lograr - realizarnos como personas sanas, creativas y productivas.

Dimensión Cognoscitiva :

Empecemos con la dimensión del pensar, recordando que la creatividad es en gran medida una manera diferente de pensar. Voy a presentar las dos caras de la moneda, Por un lado, cuál es la característica, el hábito de pensamiento propio de la persona no creativa y por el otro qué sería lo que caracteriza a la persona creativa.

La primera dimensión bipolar es la de

RIGIDEZ -VS- FLEXIBILIDAD



La persona no creativa se caracteriza por una gran rigidez de pensamiento que la inmoviliza; por un tipo de pensamiento estereotipado y muchas veces parcial y limitado. Es la persona apegada a las normas, a los hábitos sin cuestionarlos jamás lo cual le impide romper esquemas, alejarse de lo obvio y convencional.

En cambio una de las características más importantes de la creatividad es la flexibilidad, la capacidad de ver un problema o una situación desde diferentes puntos de vista. Con frecuencia se cree que la habilidad más importante en la creatividad es la fluidez, tener una gran cantidad de ideas; sin embargo los estudios han demostrado que quizás más importante que tener muchas ideas es la variedad en el número de categorías de análisis que uno maneje. Por ejemplo si yo les pido ideas sobre como manejar el diseño del papelógrafo y ustedes se centran sobre cómo resolver el problema por ejemplo de que el tripode se cae y es inseguro, aunque me den muchas ideas no están abordando de manera flexible el problema puesto que no lo han analizado desde el punto de vista del diseñador, de los propósitos del usuario, de los materiales, de las ventajas y desventajas frente a diseños similares como por ejemplo el tablero, etc. Un manejo flexible de los problemas requiere una actitud de libertad y movilidad para jugar con el problema, utilizar la analogía, pensar hacia atrás esto es no partiendo de las restricciones externas y autoimpuestas sino de la solución ideal y preguntamos: qué es necesario modificar para lograr lo que pretendo, haciendo abstracción temporal de las condiciones limitantes actuales. En el caso del papelógrafo un punto de vista importante es el del propio papelógrafo y la analogía personal aquí es interesante. Si me identifico con el papelógrafo, le doy vida y trato de imaginar qué siente cada vez que uno lo es truja, cada vez que se cae y dejo hablar los sentimientos del objeto. Esto es atreverse a pensar con otros esquemas diferentes a los lógicos, objetivos. Implica movilidad de pensamiento para asumir simultáneamente diferentes perspectivas de análisis, para conjugar diferentes puntos de vista.

Un buen abogado por ejemplo es aquel que tiene la capacidad de imaginar y prever el punto de vista de la contraparte para planear su argumentación y contraargumentación.

Los invito a que en la medida que voy hablando, cada uno se vaya autoevaluando y piense hacia cual de las dos características de cada dimensión tiende más. Esto es muy importante, pues el supuesto que subyace en el trabajo en torno a las habilidades es que si uno conoce y comprende las diferentes habilidades que componen el pensamiento creativo, puede descubrirlas y desarrollarlas mejor en uno mismo.



La segunda dimensión la constituye el binomio TRIVIALIDAD -VS- ORIGINALIDAD. Realmente el rasgo más característico del pensar creativo, lo que todos nosotros identificamos como creatividad es aquello que rompe un esquema vigente, que es original, que es diferente y por ser novedoso al comienzo causa sorpresa; implica que uno no ha descubierto una nueva relación entre situaciones, que ha cambiado su mirada habitual sobre los objetos y ha producido una nueva configuración, una nueva perspectiva de análisis o una transformación posible en un objeto o situación.

La originalidad tiene que ver con la novedad, con la búsqueda intencional de la diferencia y esto implica romper una cantidad de hábitos mientras todo el ambiente nos invita a lo contrario, a pensar como el común de la gente y en esta tendencia hemos colaborado mucho los psicólogos al pretender clasificar todo como normal y a normal y los educadores al reprimir y pretender suprimir las diferencias individuales en lugar de exaltarlas, canalizarlas y aprovecharlas; por esto la persona altamente creativa muchas veces tiene problemas de adaptación.

El opuesto de lo original, lo trivial es simplemente la repetición de lugares comunes, la aceptación de moldes pre-establecidos, el culto a lo obvio; lo verdaderamente creativo implica un salto en la manera de comprender, de ver, de apreciar una situación. La búsqueda intencional de lo original es un elemento fundamental y nos evita caer en la tecnificación, en la imitación y la repetición.

Este criterio de originalidad también tiene que ver con lo estético; las soluciones originales incluso a nivel científico o teórico son siempre estéticas. El logro de la originalidad es lo más difícil de conseguir porque estas nuevas maneras de ver las cosas no surgen de la nada. Sidney Parnes plantea que la creatividad es función de los conocimientos, la fantasía o la imaginación y la capacidad de evaluación. En cualquier campo que nos estemos desempeñando son muy importantes los conocimientos, el manejo o dominio del arte, la ciencia o cualquier campo de aplicación en el que uno esté tratando de ser creativo. Esta dimensión de recuperación del papel de la información es muy importante así como la riqueza y la variedad de conocimientos también lo son pues nos permiten relacionar campos aparentemente diferentes, buscar nuevas síntesis.

La persona superespecialista difícilmente puede ser creativa, es necesario estar abierto a múltiples experiencias, enriquecerse desde diferentes perspectivas.

En relación con la imaginación, indudablemente ésta constituye el motor de la creatividad pues es la que transforma el conocimiento, las experiencias en algo diferente, original. Desafortunadamente, como logrecoje muy bien el lenguaje coti-



diano que es el que permite ver muchas veces nuestros prejuicios y nuestros mitos, la imaginación es la "loca de la casa" y como a los "locos" supuestamente hay que tenerlos encerrados, con nuestra imaginación ha pasado lo mismo: la tenemos prisionera pero si queremos desplegar nuestra creatividad, debemos abrirle las puertas a la imaginación y recuperar esta dimensión a nivel educativo, personal y laboral.

Otra dimensión muy interesante que se ha trabajado más en la creatividad verbal pero que yo creo se puede aplicar a muchos contextos es la de OPACIDAD -VS- TRANSPARENCIA. Esta dimensión tiene que ver con el interlocutor del producto creativo. Un texto opaco es el que permite múltiples interpretaciones y el que invita al espectador a que re-cree el estímulo y un texto transparente (o un objeto) es el que simplemente es un reflejo de lo real, una descripción, una imitación o una copia llana de lo real.

La creatividad siempre tiene que ver con dimensión comunicativa y lo verdaderamente artística, lo verdaderamente creativo es lo que da cabida a muchas posibilidades de interpretación. Un texto transparente no admite la posibilidad de diferentes descripciones ni una gama variada de interpretaciones. El cine y el arte contemporáneo proveen ejemplos muy interesantes del desarrollo de la opacidad.

La otra característica muy importante es la ELABORACION -VS- IMPROVISACION.

Usualmente se considera que la creatividad es un chispazo de genialidad o simplemente la facilidad para generar gran cantidad de ideas.

En la práctica, esto dista mucho de ser verdad. La elaboración consiste en la capacidad de darle un acabado adecuado a la idea o producto creativo; es la capacidad de diseñar el desarrollo de esa idea planeando una ejecución precisa de la misma.

En términos de la producción artesanal esta es una de las características más importantes: tener la capacidad de dar un acabado preciso, fino. Esta dimensión tiene que ver con otro prejuicio y es que la gente creativa es indisciplinada, anárquica. Aquí conviene aclarar que si bien hay momentos en que uno se puede dar el lujo de olvidarse de las normas e incluso de leyes ya comprobadas, por ejemplo en la etapa de búsqueda de nuevas ideas o nuevas maneras de abordar los problemas, sin embargo en un momento posterior del proceso creativo cuando ya estamos concretando el diseño final de la producción creativa se requieren muchos ensayos, muchas evaluaciones y esta etapa requiere gran disciplina, juicio crítico y tolerancia a la frustración. Si uno analiza la vida de las personas altamente creativas en diferentes campos se encuentra una constante: disciplina, tazon, esfuerzo, voluntad para superar todos los



obstáculos y obviamente, dominio técnico, un buen bagage de conocimientos suficientemente sólidos.

Otra característica del pensamiento creativo es la de INTEGRACION -VS- ORDEN ESTÁTICO.

Esta habilidad se relaciona con la actividad combinatoria. Todos a lo largo de la vida vamos acumulando cantidades de ideas, experiencias, sensaciones que hacen que seamos mucho más de lo que creemos y que tengamos mucha más información desaprovechada de lo que nos imaginamos. De igual manera, tenemos una capacidad ilimitada para establecer relaciones a velocidades infinitas. En que consiste entonces el orden estático? En que toda esa información tan variada que poseemos la mantenemos re-
presada en compartimientos estancos y somos incapaces de relacionarla, de establecer nuevas síntesis. En muchas oportunidades tenemos todos los elementos para solucionar un problema, todas las piezas del rompecabezas, pero somos incapaces de darles una organización, una estructura. No es difícil utilizar esa información dando un salto hacia un nivel de abstracción superior, de síntesis. Aquí es importante aclarar que no es solamente la información objetiva la que nos permite ser altamente creativos, sino la capacidad de dejarnos influir por sentimientos, intuiciones, vivencias inconscientes. Esta dimensión es fácilmente observable en algunos oradores que plantean ideas pero son incapaces de llegar a una tesis, a un planteamiento personal e integrativo.

Finalmente tenemos la FLUIDEZ -VS- IDEACIONAL. Esta dimensión se refiere a la capacidad de generar gran cantidad de ideas. Si bien es cierto que he hecho énfasis en que la fluidez no es suficiente para generar ni para explicar la creatividad, ni tampoco la habilidad más importante, sí es necesaria en el trabajo creativo. La persona que está tratando de solucionar un problema de manera creativa no puede quedarse con las primeras ideas que le surjan porque usualmente estas son las que ya conocemos, manejamos con las que nos sentimos seguros. En la medida en que uno hace un esfuerzo intencional para buscar ideas remotas es cuando empieza a aparecer lo no convencional, lo no trivial. Lo que ocurre con las nuevas ideas es que como son inesperadas al comienzo causan asombro y risa. Osborn, el autor que ideó la técnica que seguramente todos ustedes conocen: la lluvia de ideas, utilizando el principio de la evaluación diferida, comenta que ésta tuvo origen en el análisis de grabaciones de sesiones de grupos creativos de los cuales era asesor. Encontré que el tratamiento usual que la gente le daba a las ideas creativas era de rechazo, burla y ridiculización para encontrar que al cabo de numerosas sesiones donde se agotaban en el análisis de ideas convencionales sin que surgiera nada interesante, los participantes finalmente retomaban esas ideas que habían sido rechazadas al comienzo porque eran las que tenían un potencial transformador mayor.



Con base en este análisis propuso su principio de la evaluación diferida que consiste en evitar todo juicio crítico en la etapa de búsqueda de ideas porque dichos juicios ya sean positivos o negativos interfieren el proceso asociativo y comunmente matan la creatividad. Osborn dedicóse a coleccionar listas de frases asesinas para la creatividad las cuales varían de una institución a otra pero que todos nosotros recordamos haber oído en muchas ocasiones. "Como se les ocurre", "eso es impracticable", "nadie lo ha ensayado antes", "la gente no lo va a recibir bien", "la gente está acostumbrada a otras cosas", etc., etc. Entonces él propone su técnica de tormenta cerebral o lluvia de ideas para facilitar y generar ese influjo libre. En la etapa de diseño e implementación de la idea creativa la evaluación recupera su importancia entonces sí debemos convertirnos en críticos severos para anticipar todos los problemas, detectar las inconsistencias, las debilidades de nuestra idea y manejar oportunamente los problemas potenciales mediante una adecuada planeación.

El supuesto detrás de este trabajo en el terreno de las habilidades de pensamiento creativo es poder identificar en uno mismo en que medida se acerca al lado del pensamiento natural, rígido, trivial, poco elaborado, o en qué medida se está soltando, liberando de la tendencia natural a pensar así y está mejorando la adquisición de las habilidades del pensamiento creativo, lo cual como puede verse, requiere un esfuerzo conciente, disciplina y aplicación a contextos variados.

El conocimiento de estos principios también se puede aplicar al producto creativo a manera de criterios de evaluación. Por ejemplo puede analizar el grado de elaboración y aquí cobra gran importancia el dominio técnico. Puede preguntarse qué tan artístico es? Simplemente es una copia fiel del objeto real o permite otras utilidades, otras reacciones en el posible espectador, o consumidor o interlocutor?

Como les decía, el supuesto básico es que todos podemos desarrollar al máximo estas habilidades sí comprendemos su dinámica, si hacemos conscientes nuestros bloqueos y si recuperamos un poco la confianza en esa capacidad ilimitada de la persona para ser singular, para ver las cosas de una manera diferente.

Bueno, seguramente ustedes se están planteando que es muy difícil que una persona tenga igualmente desarrolladas estas capacidades y que hay unos que tienen más facilidad en algunas de ellas. Esto plantea la necesidad del trabajo en equipo, donde uno aporte de acuerdo a sus posibilidades y se trabaje mancomunadamente para lograr un producto creativo de mayor calidad y de mayor impacto.

La persona creativa tiene que conjugar lo estético con lo práctico, el análisis y la síntesis



tesis, la evaluación con la imaginación y lo divergente con los límites y las normas sociales vigentes. Aquí se plantea una tensión interesante que es necesario asumir - incluso en la vida cotidiana. Estamos tan acostumbrados a repetir de manera automática y ciega los esquemas de relación con la pareja, con los hijos, así no hayan funcionado muy bien con nosotros, que perdemos la capacidad de "hacer extraño lo conocido", de buscar otros esquemas de relación más enriquecedores, menos frustrantes y estereotipados para uno mismo y para los demás. Pero al hacerlo a veces se choca - con normas sociales, con prejuicios y mitos compartidos por la cultura a la que pertenecemos. Sin embargo en la superación de esa tensión entre lo viejo y lo nuevo, entre lo dado y lo creado es donde surge la posibilidad de crecimiento del hombre y de desarrollo de la civilización.

Dimensión Afectiva :

Como vemos al comienzo, la creatividad es una manera de sentir. A diferencia de lo planteado en el terreno cognoscitivo en esta dimensión emocional, no-racional de - la creatividad es difícil hablar de estrategias, de habilidades y más bien lo que voy a tratar de hacer es una invitación a la reflexión acerca de cómo recuperar todos los elementos del sentimiento, de la expresión auténtica de las personas, las culturas, los grupos como una fuente importantísima de la creatividad. Esta dimensión del sentir muchas veces se ha trabajado de manera desintegrada de la parte cognoscitiva pero si bien es cierto que la creatividad es una manera de pensar, también tiene un componente no -racional- que es el que explica en gran parte el proceso creativo.

Tal vez mediante un ejemplo podemos ver como funciona esta dimensión no -racional. Cuando un problema nos ha estado preocupando mucho y pretendemos dejar de pensar - en él, resulta que la actividad mental de la persona no se detiene; durante el sueño - se sigue trabajando el problema a otros niveles inconscientes y es que la creatividad - también tiene que ver con los deseos, con los sentimientos, con los afectos, con experiencias almacenadas en los rincones más recónditos del ser, lo importante es que uno sepa que debe relajarse, apartarse (aparentemente) del problema pues si no se dejan influir libremente esos otros niveles, no se puede tener una mirada diferente sobre el mismo.

Este aspecto de los sentimientos tiene que ver con la sensibilidad y con la autenticidad expresiva, y en el campo de la creatividad artística es muy importante respetar la singularidad de la persona y de su cultura; si pretendemos imponer al artesano indígena y - campesino nuestros gustos de consumidores ciudadanos, estamos coartando sus posibilidades de expresión auténtica. No podemos confundir el problema del mercadeo y venta de productos con el proceso de la creación. Si queremos recuperar la creatividad en la artesanía tenemos que dejar expresar la riqueza subjetiva de las personas y las culturas pues



to que la creatividad es ante todo expresión personal. El exagerado énfasis en las necesidades y gustos del consumidor puede inducirnos al campo de la producción en serie, de la tecnificación industrial alejándonos de lo específico de la artesanía. Aquí se plantea otro nivel de problema: el de la educación del consumidor el cual tiene niveles de resolución propios y exige un manejo técnico, conocimientos específicos y un abordaje más general.

Un aspecto importante de la dimensión afectiva se refiere al hecho de que la persona creativa para poder serlo tiene que tener un buen concepto de sí misma. Y aquí hay dos extremos igualmente nefastos para el despliegue de la creatividad: la falta de confianza en lo que somos, en nuestros propios recursos, la no aceptación de nuestra identidad, la falta de afirmación de lo que somos y queremos, de los propios valores y en el otro extremo, el dogmatismo, la autosuficiencia porque nadie más rígido que el dogmático, la persona que cree que es poseedor de la "verdad" y limita así sus posibilidades de crecimiento, se encierra en sí mismo y se empobrece.

Otro componente interesante relativo a esta manera de sentir y de vivir se refiere a la tolerancia a la frustración. El creativo es combativo, no se enreda ante la primera dificultad, trabaja más por una motivación intrínseca, por desarrollarse, por demostrarse a sí mismo en la solución de un problema que es capaz de superar los obstáculos. Para la persona creativa los problemas no son restricciones insalvables ni situaciones para lamentarse, sino oportunidades de crecer intelectual y personalmente. Estamos tan acostumbrados a ser manejados por motivaciones extrínsecas: dinero, notas, aprobación, etc., que hemos perdido esta dimensión expresiva, hago esto porque me realizo, porque me gusta, me interesa me satisface.

La experiencia asesorando grupos en el campo de la creatividad me ha demostrado que la mayoría de los bloqueos para la creatividad tiene que ver con esta dimensión afectiva y también cultural en el sentido de que vivimos tan preocupados por adaptarnos a las normas que rigen vigentes que desaprovechamos la oportunidad y la posibilidad de inventar y reinventar nuestro mundo.

Resumiendo esta dimensión mi planteamiento es que si no hay coherencia y autenticidad entre el pensar y el sentir, difícilmente el actuar puede ser exitoso. La creatividad que debería interesarnos es la creatividad integral de la persona que es creativa en sus relaciones cotidianas, que se autorealiza a través de lo que hace y para quien la creatividad es un valor constructivo. El planteamiento que subyace aquí es el de la creatividad socialmente orientada hacia el mejoramiento de la calidad de vida.

Creatividad y campos de actuación: como mencioné antes, la creatividad tiene muchos



y múltiples campos de aplicación y aunque cada uno tiene su especificidad los planteamientos hechos hasta ahora son generales. Sin embargo conviene diferenciar los niveles de la creatividad pues definitivamente en la creatividad del ama de casa que inventa una receta y en la del científico que revoluciona su campo de estudio, hay diferencias. Veamos los niveles que se diferencian en el estudio de la creatividad.

NIVEL EXPRESIVO : Este es el nivel básico en el cual podemos afirmar que todos somos creativos por el hecho de ser personas; tiene que ver con la singularidad del ser humano, la cual está determinada por factores genéticos, por la historia personal, las condiciones de vida, los intereses la cultura y otra cantidad de factores y es la cualidad esencial del ser humano lo que hay que rescatar a nivel de la creatividad como expresión. En esto cobra gran importancia la pedagogía de la creatividad pero creo que este tema lo han tratado ampliamente en este simposio por eso no mereferiré a él.

Si bien este nivel expresivo que debemos hacer consciente y tratar de desarrollar es una condición importante para que se puedan dar los otros niveles, no es suficiente en términos de la creatividad como producto, lo cual nos lleva a plantear el siguiente nivel.

NIVEL PRODUCTIVO : Aquí se plantea la creatividad en cuanto a la solución de problemas en el sentido de que enfrente una situación y trato de diseñar la mejor manera para manejarla. Este nivel implica conocimientos más formales acerca de la creatividad, de las estrategias y técnicas que la pueden desarrollar. Sobre este tipo de herramientas existe amplia bibliografía.

NIVEL INVENTIVO : Implica que se ha encontrado un solución realmente novedosa o cuando se ha producido un diseño realmente original, o se ha planteado una utilización bastante inusual pero adecuada a un determinado objeto o producto.

Aquí se recupera todo lo que es teoría de diseño; cómo generar, mejorar y transformar diseños, aceptando que la creatividad en general siempre parte de síntesis previas, eso de crear de la nada es prácticamente imposible. Aquí es importante rescatar cómo en una sociedad altamente tecnolozada podemos presumir que ya todo está prácticamente inventado, lo cual es falso; el mundo está por inventar. David Perkins ha diseñado una serie de lecciones para trabajar este nivel en los colegios y los resultados que ha obtenido son sorprendentes, todos tenemos dormida esta tendencia inventiva en parte porque la educación lejos de animarla, la desestimula.

Estas unidades parten de la observación y análisis de diseños corrientes como un lápiz, un clip, cualquier diseño que nos rodee y a partir del análisis del propósito, la estruc

tura, las partes del diseño se trata de redescubrir la lógica de reconstrucción del mismo. Posteriormente se trabaja la evaluación del diseño, comparándolo con diseños de la misma familia, los ancestros del diseño, las ventajas y desventajas, los diseños con temporáneos y finalmente se pasa al mejoramiento del diseño generando múltiples transformaciones y a la generación de diseños nuevos para enfrentar un problema.

Los invito a trabajar en una demostración de cómo se trabaja la creatividad mediante diseño.

(Ejercicio Verbos manipulativos no se transcribe).

Aprender a pensar en términos de diseño es una actitud mental muy importante. Es aceptar que la cultura y la civilización es fruto de la inventiva humana a través de la historia, es el resultado de que alguien se planteó un problema, un propósito y encontró la manera de responder a ese propósito. Diseñó una solución y el término de diseño se utiliza para referirse a una gama amplísima de posibilidades. Si vemos que todo es el resultado de un proceso de diseño y como tal susceptible de mejorarse y transformarse, podemos superar muchos bloqueos; uno de ellos el de suponer que la invención es privilegio de unos pocos y que todo está ya descubierto. Esta es una estrategia cognoscitiva muy importante que se puede aplicar a muchos contextos: a las organizaciones; mirar su estructura como un diseño temporal, no eterno, transformable y adaptable a las condiciones del medio.

Los otros niveles INNOVATIVO y EMERGENTE son niveles de mucha mayor exigencia; requieren un alto dominio del campo de aplicación e implican un cambio radical y sustancial en el abordaje del problema en cuestión. El nivel emergente implica una ruptura, un cambio en el paradigma de explicación de una ciencia. Aquí si ubicamos a personas como Copérnico, Einstein, Picasso y muchos otros.

Esta revisión de los niveles es importante en primer lugar para superar el mito de que el creativo es el genio; todos podemos desarrollar especialmente los cuatro primeros niveles y depende de las metas personales que uno se formule, del nivel de preparación, del grado de disciplina y de la actitud mental de flexibilidad, apertura y demás condiciones ya mencionadas anteriormente, qué puede uno lograr realmente.

Finalmente, si tenemos en cuenta que la cultura es la huella del hombre sobre la tierra, la función de la artesanía no puede limitarse a la simple transmisión del patrimonio cultural de un pueblo, sino ante todo implica el despliegue del enorme potencial expresivo de nuestras diferentes culturas y la recuperación creativa de los acontecimientos, sentimientos y

esperanzas de esta compleja pero maravillosa época que nos ha sido dado vivir.

GRACIELA ALDANA DE CONDE
Decana Facultad de Psicología
Universidad Javeriana.