

EXPLOSION CEREBAL, EL INSTANTE QUE TODOS DESEAMOS...

Comentario acerca del proceso creativo del estudiante-diseñador

Licda. Ana Regina López De la Vega, M.A

En este mundo de creativos diseñadores, en el espacio de los gráficos, muchas veces los diseñadores gráficos que tenemos la oportunidad de ser docentes, hacemos que el cerebro de los I estudiante que ingresa a la carrera del Diseño Gráfico “colapse” al enfrentarse a la frase “hay que ser más creativos” o “hay que ser más innovador”.

La Estrategia creativa que se utiliza en el Departamento de Diseño Gráfico tiene varias etapas que buscan que el estudiante “explote” su cerebro, sin embargo las generaciones que han ingresado a la universidad en los últimos 5 años han evidenciado un cansancio mental al momento de enfrentarse a “exprimir” todas las herramientas que posee para ser creativos e innovadores.

Lo que ha obligado a que los docentes busquemos la implementación de las metodologías y procedimientos que se utilizan en el proceso de aprendizaje de una forma más creativa e innovadora.

Les quiero compartir algunos puntos que considero importante tener presente en esta labor que parece ser una aventura cada año.

Primero considero importante el definir qué es creatividad para que comprendamos a que se refiere este término que se “exige” desde el inicio de carrera a los diseñadores en formación.

Muchos consideran que la creatividad es una de las cualidades de la vida de los seres vivos, es decir, todos los seres humanos son creativos afirmado entonces la creatividad es una actividad inherente a todas las actividades.

Esto se refiere que se posee un subconjunto de la inteligencia formado por aquellas funciones que facilitan la creación, diseño, invención, imaginación, etc. de nuevos conceptos o ideas.

Gardner (1993) opina que la creatividad es la **“caracterización reservada a los productos** que son inicialmente considerados como novedosos en una especialidad, pero que, en último término, son reconocidos como válidos dentro de la comunidad pertinente”

Paniagua (2001) opina que es la **“habilidad de coger objetos existentes y recombinarlos para un nuevo uso, o como solución a un problema dado”**.

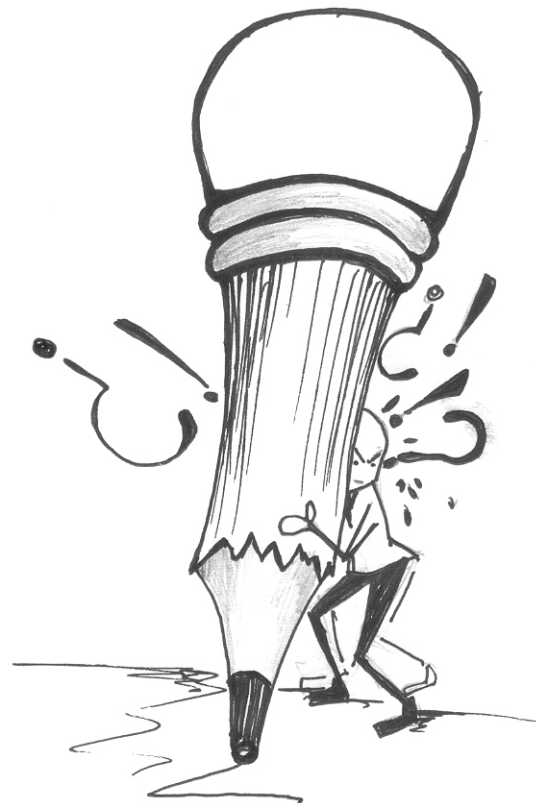
Cropley (1999), asegura que la creatividad enfatiza los procesos para producir **novedades que sean significativas y prácticas.**

Moran, (1998) opina que es un “proceso interpersonal e intrapersonal por el que se desarrollan productos originales, de gran calidad y genuinamente significativos” asegurando que **este proceso necesita un pensamiento flexible y adaptable.**

Miller (2000), la identifica como la “**habilidad de usar sus pensamientos, valores, emociones y acciones para enriquecer su ambiente de formas nuevas y únicas**”

Entonces retomando la frase “hay que ser más creativos “estamos diciendo al estudiante que tiene que hacer que su proceso sea flexible y eficiente, utilizando sus pensamientos, valores, emociones, etc. para enriquecer su ambiente de formas nuevas y únicas, que permitan solucionar problemas de comunicación. “Tremenda” responsabilidad se le está recordando al estudiante, ya que su compromiso no puede ser reflejado con una idea “mediocre”.

Se puede observar que la creatividad abarca varios aspectos, habilidades y/o características que pueden darse en conjunto o individual. Lo cual evidencia que los estudiantes de Diseño Gráfico todos son creativos pero en ocasiones no son conscientes de ello. Hasta la forma en que buscan los datos en el cyber espacio requiere de su creatividad, en ese momento justo, en que buscan diferentes caminos para tener referencias que el catedrático no haya visto “nunca” para poderlos utilizar en el proyecto están siendo creativos.



La creatividad no es un
Proceso PESADO.

Gamez (1998) hace mención el ser creativos no solo se refiere a ser original (inusual) sino a varios aspectos como:

1. La fluidez, cantidad de productos que generamos.