



DeLaSalle



Universidad
La Salle®

Revista del Centro de Investigación

<http://www.ci.ulsal.mx/revista>

ISSN: 1665-8612

DOSSIER 2:

*Creatividad y
entornos arquitectónicos*

REVISTA DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD LA SALLE

ISSN: 1665-8612

Vol. 9, Núm. 35 ENERO-JUNIO DE 2010

ÍNDICE DE CONTENIDO

DOSSIER No. 2:
CREATIVIDAD Y ENTORNOS ARQUITECTÓNICOS
Creativity and architectural environments

Investigación y creatividad. <i>Research and Creativity.</i>	5-9	<i>Eduardo Torres Veytia</i>
Creatividad y Actitud Creativa. <i>Creativity and attitude creative.</i>	11-15	<i>Raquel Hernández White</i>
Creatividad y tiempo: escalas dinámicas. <i>Creativity and Time:</i> <i>Dynamical Scales.</i>	17-19	<i>Marcos G. Betanzos Correa</i>
Del Individuo a la Socialización de la creatividad. <i>From the individual to</i> <i>socialization of creativity.</i>	21-24	<i>Juan Manuel Marentes Cruz</i>
La creatividad, los laboratorios de arquitectura y el problema del espacio arquitectónico. <i>Creativity, Architecture Laboratories</i> <i>and the problem of architectural space.</i>	25-32	<i>Ernesto Nava Trujillo</i>
Hablando de creatividad. <i>Talk about of creativity.</i>	33-37	<i>Mario A. Grajales Leal</i>
La comunicación y la creatividad. Encuentros para la creación. <i>Communication and Creativity.</i> <i>Meetings for the creation.</i>	39-43	<i>Enrique Cuauhtémoc Arellano</i> <i>Aguilar</i>
Creatividad y Arquitectura. <i>Creativity and Architecture.</i>	45-48	<i>Salvador Flores González</i>
Creatividad Democrática. <i>Democratic Creativity.</i>	49-50	<i>L. Ricardo Carranza L.</i>

Editorial

En el ámbito de la arquitectura se discute si la disciplina es una profesión o un oficio, ambivalencia que tiene un impacto en cómo se entiende la creatividad del espacio y construcción del objeto arquitectónico. Los que entienden que la disciplina es una profesión abogan por establecer cánones en los estilos y propuestas acorde al espíritu de época, en sintonía con el tiempo social y, desde ahí transformarlo. En esta perspectiva se considera importante los elementos de socialización que ubican al arquitecto en el contexto social, como parte del entorno y de los objetos, no es alguien ajeno a su entorno, por el contrario, pertenece a él y en la medida que lo cambia también él se transformará. El espacio se convierte en un entretrejido de significados y discursos que reflejan la imagen de lo social, el tipo de construcciones se convierten en recipientes de las aspiraciones de la conciencia colectiva de lo que pretendió ser y no lo fue.

En cambio, los defensores de la arquitectura como oficio ven la creatividad como ejercicios de ruptura, originalidad que se adelanta a su tiempo. Aún más, ellos marcan los derroteros por los que habrá de transitar las ideas, significados, el pensamiento mismo. La ciudad se convierte en un lienzo para la originalidad, las edificaciones son piezas móviles que habrán de formar parte del ejercicio del aprendiz y su maestro. No hay la noción de conservar vestigios sino expectativa de lo que deberá ser.

En esta dicotomía se encuadra la intención del dossier que sobre creatividad y espacio arquitectónico que se anexa a este número 35 de la [Revista del Centro de Investigación](#) (RCI). Los textos son ideas y aspiraciones que los autores expresan en su idea de los avatares de la arquitectura por transformar su entorno y su propia disciplina.

Desde la formación de los futuros arquitectos a través de los laboratorios en las universidades, hasta la noción de la democracia de todos los actores sociales en la definición de creatividad que no es una atribución exclusiva de los arquitectos.

Otros autores enfilan sus baterías a la discusión sobre el cambio en las actitudes de los sujetos que transforman los objetos, la socialización por la que transitan a través de las ideas y las ocurrencias, hasta aspectos tan complejos como lo es comunicar la creatividad, comunicar no a través del lenguaje sino de las formas y objetos que integran aquello que puede ser observado, sentido y experimentado.

Los lectores podrán encontrar en este dossier textos cortos y precisos sobre las formas de la creatividad y las dimensiones arquitectónicas en las que ocurren. Lo sintético de los artículos no resta mérito en su aportación, por el contrario, abre el diálogo con cada uno de nosotros en un diálogo donde los autores lanzan las primeras palabras y reflexiones y nos invitan a continuarlas en un diálogo en el siguiente texto y así sucesivamente hasta que nos damos cuenta que en realidad somos creativos en el lenguaje y hasta en nuestros prejuicios respecto a la capacidad de transformar el espacio y el objeto en un contexto social que parece ahogarnos en su abigarrada realidad.

Felipe Gaytán Alcalá
Director

Investigación y creatividad

Antrop. Eduardo Torres Veytia
Universidad Nacional Autónoma de México
E-mail: etowerszona@gmail.com

Recibido: Enero 13, 2011, Aceptado: Enero 27, 2011

Resumen

La investigación y la creatividad van de la mano, el problema radica en que pocas veces se sabe cómo investigar. El diálogo con las personas, conocer el problema, da pie de crear una serie de índices, de elementos que son los idóneos para trabajar ya sea de manera individual, pero también colectiva. Así podremos comprender en una mayor escala, los procesos del habitar.

Palabras Clave: Creatividad, investigación, praxis.

Research and Creativity

Abstract

Research and creativity go hand in hand; the problem is that rarely knows how to investigate. Dialogue with people; identify the problem, gives rise to create a series of files, of elements that are ideal for either work individually, but is collectively. So we can understand on a larger scale, the processes of living.

Keywords: creativity, research, praxis.

Quien habría imaginado hace unas décadas, el sólo hecho de prender su computadora, e introducir en el buscador del navegador alguna palabra, y empezar una búsqueda sobre la misma, o un hecho, un contexto o una realidad; creo que pocos se han puesto a pensar sobre cómo las tecnologías de la información (y comunicación), han ido dando un gran giro en nuestras vidas, y no sólo en los aspectos sociales y familiares, sino en un amplio sentido de la vida humana.

Hace dos décadas, por lo menos en nuestro país, hacer una búsqueda como tal, de algún interés o un hecho, implicaba una búsqueda bastante amplia, el ir a una biblioteca, saber utilizar un fichero, buscar en la computadora o en el archivero, y pedir un libro para poder empezar una indagación. En este sentido la investigación e inclusive para los más románticos, la creatividad en la investigación era mucha más rica, ya que ahora se puede conseguir hasta un libro en la Internet, pero las ventajas son mucho más grandes si se actúa de manera creativa en el sentido de lo que se quiere buscar, ya que a partir de la Red, podemos buscar un sinnúmero de páginas relacionadas con el interés que queremos desarrollar, y no sólo en cuestiones académicas, sino en todo.

La investigación y la creatividad van de la mano, es algo indisoluble, el problema radica en que pocas veces se sabe cómo investigar, y en algunos como se diría coloquialmente “no le pongas mucha crema a tus tacos”, es decir “nos pasamos de creativos”.

Cuándo me propusieron el escribir este dossier, sobre estas dos palabras, y más en el contexto de lo urbano-arquitectónico, implica no sólo el hecho de hablar de un proceso, sino más bien el hacer una reflexión en las praxis del ejercicio cotidiano. Suena muy bonito esto, “reflexión de la praxis del ejercicio cotidiano”, palabras que a veces son usadas por cualquiera, y es algo válido, pero que tanto conocemos de las mismas, el

simple hecho de *googlear* (pareciera que en el futuro cercano algunas Academias de la Lengua, tendrán que cambiar los diccionarios e incluir algunos modismos lingüísticos que son utilizados ahora como verbos y acciones, como postear, bloggear, etcétera), cada una de ellas, implica algo diferente y diverso, reflexionar sobre la investigación, la praxis es decir lo práctico, y sobre lo cotidiano, en el sentido de lo más simple y a veces complejo, la vida misma.

Y es que para hacer investigación, uno no puede andar por la vida, pensando en la inmortalidad del cangrejo, o en el hilo negro de las cosas, es decir, muchas veces hay ideas que ya han sido trabajadas a veces desde perspectivas diferentes, pero ahí radica la creatividad (originalidad) de cada uno de nosotros, para darle un sentido a lo que hacemos, o lo que se pretende hacer. Por tal motivo, un buen ejemplo de la investigación es la practicidad de la vida cotidiana, y por ende hablar de la creatividad es no buscarle tres patas al gato, o buscarle las mangas al chaleco, sino buscar posibles soluciones y respuestas a problemas que pasan a diario en nuestras vidas, y en las de los demás.

Investigar y ser creativo, es proponer soluciones a veces arriesgadas, pero también es aventarse al ruedo con una serie de soluciones que pueden no ser del agrado de todos, pero así es este mundo. A veces las personas limitan esta creatividad y las investigaciones se quedan cortas o limitadas en cuanto a expectativas personales y colectivas, o en otros casos uno le pone “mucha crema a los tacos”, y ese proceso creativo en vez de generar respuestas concretas y sencillas, complejiza la realidad y hace de una investigación algo complicado de entender.

Las soluciones más sencillas e inclusive las más creativas, no están en boca de los investigadores, sino de las personas que viven una problemática, y que nosotros los que nos dedicamos a observarlo, analizarlo y describirlo, con el afán de interpretarlo de una manera sencilla, a veces nos pasamos de creativos. Pero si entendemos el problema cabalmente, con la información adecuada, y en el contexto idóneo podemos dar una buena respuesta a las interrogantes que nos surgen al inicio, a la mitad y al final de este proceso.

En la praxis cotidiana de la investigación, y en particular en cuestiones académicas, a veces algunos alumnos llegan con propuestas de investigación bastante arriesgadas, que con la práctica que cada uno tiene sabe o puede dilucidar que ese no es el camino correcto para la misma, muy pocas veces sabemos como investigar, y eso implica que tampoco sabemos de creatividad.

Pondré un ejemplo sencillo, que sucedió a finales del año pasado (2010), cuando una serie de personas que nos conocimos en un Taller de Proyectos Conceptuales en el marco del 2º Encuentro del Foro Iberoamericano y del Caribe de Mejores Prácticas Urbanas, [1], decidimos crear un colectivo, para proponer un acercamiento a un problema en particular que nos movía a todos.

Dicho colectivo está compuesto por personas de tres nacionalidades distintas y por ende de Universidades diferentes entre si, pero motivados por la particularidad de la acción social. Una de las pautas para seguir en la conformación del mismo, fue presentar un artículo de investigación-acción, para la revista digital que todos los años (desde el 2008), publica el Portal de “La Ciudad Viva”.¹

La tarea, en cierto sentido algo difícil, debido a la conformación del equipo en diferentes países (Universidad Matías Delgado-El Salvador, Universidad de Costa Rica y de la Universidad Nacional Autónoma de México), implicaba hacer un proyecto

¹ La red la Ciudad Viva es un espacio abierto a la participación ciudadana y un instrumento para la comunicación y el debate. Sus principales objetivos son fomentar el intercambio de conocimientos y experiencias relacionados con el medio urbano, idear una estrategia de futuro para las ciudades y profundizar en políticas urbanas integradas con criterios de sostenibilidad social, ambiental y económicas. Este proceso nos permitirá mejorar los modelos de intervención en nuestros barrios para lograr ciudades vivas. [2]

conceptual, una realidad que pueda ser tangible en el sentido de conformar un artículo que difundiera una investigación previa sobre la Ciudad de San Salvador, y su Centro Histórico, y por otro lado, la propuesta de intervención en una Vecindad (Mesón), y que esta misma experiencia a través de una serie de cuestionamientos, pudiera servir para aplicarse en otros barrios. La Ciudad Viva, propuso una serie de preguntas (que cito a continuación), y que implícitamente deberían de estar incluidas en el artículo.

- ¿Es posible rehabilitar de forma más eficiente?
- ¿Sabemos cuáles son los indicadores que hacen que un barrio funcione?
- ¿Qué pasaría si lo exportáramos a otro barrio?
- ¿Cómo afectaría a su calidad de vida?
- ¿Qué coste energético y económico supone?

Y en este sentido, desde una perspectiva de la antropectura, es decir con un enfoque antropológico y arquitectónico, es que fueron respondidas estas preguntas, y a continuación las expongo:

¿Es posible rehabilitar de forma más eficiente?

Pues sí, pero no desde la perspectiva clásica de no contar con la participación de las personas, de sus habitantes. Ya que ellos son los que han ido construyendo su espacio social, es decir existe una Producción Social del Espacio Habitable, en el que ellos son partícipes (adultos, jóvenes, niños, ancianos, discapacitados, madres y padres solteros, viudos, etcétera), ya que ellos a veces sin la ayuda de un técnico (arquitecto, ingeniero, urbanista, lo que sea), son los que van autoconstruyendo y auto-gestionando su espacio de vida cotidiana.

Entonces, si no se considera la "participación", "los diversos géneros", "edades", etcétera, en un barrio, comunidad, vecindad, mesón, barriada, comuna, chabola; la rehabilitación sería deficiente.

¿Sabemos cuáles son los indicadores que hacen que un barrio funcione?

Muchas veces (y me ha tocado ser partícipe de eso), cuándo algún estudiante del posgrado propone una investigación de índole urbana en un espacio "x", no falta que se le pregunte y que indicadores consideras para tu intervención. Y lógico, los estudiantes se quedan con cara de ¿?. Los indicadores² simple y sencillamente son los índices que leemos en los periódicos... "la violencia se ha incrementado en un 10%...", "la natalidad de la ciudad decreció en un 0.4%"... y muchos se preguntarán cómo es posible sacar u obtener un indicador. Es sencillo a partir del diálogo con las personas, de conocer el problema que se está estudiando. En el caso de un barrio, lo más importante, antes de llegar a un taller de gestión o de diseño participativo, es conocer a las personas que viven en el mismo, y saber de primera mano, cómo consideran a su espacio, cómo lo viven, que les gusta, que les disgusta, en qué sentido satisfacen sus necesidades de vida en lo cotidiano, les rinde el dinero, la educación, su empleo, los vecinos; cada una de estos elementos, dan pie de crear una serie de índices, de elementos que son los idóneos para trabajar ya sea de manera individual, pero también colectiva. Ahora, cada barrio en particular tendrá sus propios indicadores, y dependerá del grupo que intervenga deducir e interpretarlos, para así poderse guiar en una rehabilitación.

¿Qué pasaría si lo exportáramos a otro barrio?

Uno de los grandes problemas que existen en este mundo contemporáneo, es exportar modelos o sistemas. Hace no muchos años (2005), en el posgrado en el que trabajo

² Un indicador es una variable o atributo relevante, determinado en función de medir los resultados de un objetivo a cumplir. Un dato estadístico, cuantificable o cualificable, de la realidad que puede verificarse a través del tiempo y proyectar su tendencia futura. [3]

(Análisis Teoría e Historia de la Arquitectura y la Ciudad), [4] de la UNAM, realizamos una investigación sobre las políticas de vivienda en la producción habitacional en el periodo 1990-2005 en la Zona Metropolitana del Valle de México, en donde se detectaron una serie de problemáticas, principalmente por la tipología (la forma en que están hechas las casas), los modelos de pago, y la forma de ocupar el territorio; que en su momento fue una tendencia que se importó (ojo se importó), de un laboratorio (por así decirlo), de la tendencia neo-liberal, y que en el caso de nuestro país, se reprodujo en gran escala, y ahora en la periferia de la gran Ciudad de México y su Zona Metropolitana, tenemos estos desarrollos inmobiliarios de “casitas”, en las que todas son iguales y pareciera que los habitantes de las mismas, se adaptan de la misma manera. Pero la realidad es otra, las personas no se adaptan a este tipo de vida, en el sentido de vivir en la periferia, principalmente porque sus actividades económicas y laborales siguen siendo en la zona central de la gran ciudad; o por otro lado la vivienda termina siendo sólo el dormitorio, porque las actividades se hacen en otros lugares, acaso la vivienda ya perdió su función de habitar, de convivencia, de reproducción de la vida social y cultural. Pero también en muchos casos estas viviendas sólo se utilizan entre semana como dormitorios, y los fines de semana regresan sus habitantes a sus lugares de origen (cuando estas se encuentran en las casas de los padres); y por otro lado estos modelos de casas terminan modificándose, ya que pocas veces se logra entender que la producción social del hábitat no se da por los desarrolladores, o los arquitectos o los urbanistas, sino por la gente común y corriente, o sea ustedes y nosotros.

Pero por otro lado, respondiendo a la pregunta, considero que la transferencia de buenas prácticas³ puede ser una solución para poder exportar un modelo o un sistema, previo a una investigación del contexto social, cultural, económico, y así poder utilizarlo no al 100%, sino algunas ideas que puedan ser aplicables en otros contextos. La propuesta en la que se trabajó desde el Colectivo, para sorpresa mía, fue encontrar un modelo similar en otra ciudad, en un diferente tiempo, y que la solución a la que se llegó, me parece estupenda. [5] El proyecto al que me refiero es el denominado como “casa más o menos”.⁴

Entonces, ¿es posible exportar una experiencia?: Sí y NO.

Sí, dependiendo si se analiza y estudia el contexto donde se piensa exportar la idea; y NO, si se pretende aplicarla sin consultar o preguntarle a nadie, a menos de que “nadie” sea una entidad política y planificadora que no considera a los habitantes comúnmente denominados como usuarios.

¿Cómo afectaría su calidad de vida?

Es importante cuándo se hace un análisis del impacto que puede tener una rehabilitación en un lugar determinado, considerar la calidad de vida. Pero aquí también surge una pregunta ¿qué es la calidad de vida? Muchos de mis estudiantes a veces hablan de la misma, pero desconocen el que es o qué demonios uno quiere decir con eso. La calidad de vida, está compuesta de muchos índices, que implican un bienestar social de una persona, hasta de una población. La idea de exportar un modelo implicaría que su calidad de vida no se viera del todo afectada, y que lógico el bienestar social fuera incrementado. Por tal motivo, una experiencia así, no sólo debe de ser vista como un contenedor

³ El Programa de Buenas Prácticas tiene su origen en el seno de la Segunda Conferencia de Naciones Unidas sobre Asentamientos Humanos (HABITAT II) celebrada en junio de 1996 en Estambul (Turquía), donde surge como programa específico. Con ese objetivo se instó a los Comités Nacionales de los diversos países a reunir ejemplos de prácticas que respondieran a los objetivos de la Conferencia, como una forma de identificar políticas y actuaciones urbanas que se hubiesen mostrado eficaces —desde unos criterios de sostenibilidad— para mejorar las condiciones de vida en las ciudades y pueblos.

⁴ Experiencia realizada por un grupo de arquitectos andaluces denominado como la panadería, [6] en donde a la solución que se llega, a partir de una investigación del contexto es muy interesante. A parte dicho colectivo, ha trabajado o se encuentra trabajando en este mismo proceso, es decir la vivienda no es un objeto solamente, es una entidad que a la vez tiene vida, y esa vida es otorgada por las personas que ahí están.

(casita) que se exporta, sino como un espacio en el que las personas puedan interactuar y desarrollar una vida en lo individual y en lo colectivo.

¿Qué costo energético o económico supone?

Creo y considero que a partir de las experiencias de otros colectivos, despachos, grupos o lo que sea, se pueden saber este tipo de respuestas. Lo que uno esperaría es que el coste económico sea el menor para las personas, así como el energético para la comunidad y el lugar. En una plática con el Dr. Carlos González Lobo, sobre el caso de Larache en Marruecos, comentaba sobre las iniciativas que proponían tres actores para la rehabilitación del Barrio Aztout, en donde la misma población se decidió por la que tenía menos coste económico, e implicaba una menor movilización, en la cual el costo energético es muy importante. Debido a que movilizar a toda una población, a todo un barrio, mientras se ejecuta la rehabilitación, tiene una factura para la ciudad misma, y no se diga para la gente, por lo que este tipo de iniciativas y de intervenciones, deben de considerar una serie de puntos a tratar, a partir del conocimiento del contexto, y ese contexto no sólo es el barrio en sí, es lo que lo rodea a una cuadra, a dos, a tres, en una colonia, fraccionamiento, ranchería, poblado, etcétera.

Y habrá muchas preguntas que se pueden realizar, es importante anotarlas, e irles dando respuesta, para así poder comprender en una mayor escala, los procesos del habitar, y que en cada contexto, lugar, espacio, entorno, serán diferentes, pero que si trabajamos de la mano entre todos, a partir de un principio de participación e interacción, nuestras intervenciones en los barrios, podrán ser ejemplos para tomarse en cuenta, y poderse exportar a otros lugares y regiones.

Con este ejemplo, espero poder cubrir las expectativas de lo que implica la investigación, y por ende la creatividad que conlleva en el quehacer mismo, bien diría un dicho “no son enchiladas”, y si lo son a veces pueden ser de lo más picosas y sabrosas, o pueden ser sinsabores.

Referencias

- [1] Viceministerio de Vivienda y Desarrollo Urbano. (2010). *Segundo Encuentro Iberoamericano y del Caribe sobre Mejores Prácticas de ONU-HABITAT*. San Salvador, El Salvador, septiembre 23-24, [En línea] Disponible en: <<http://www.fundasal.org.sv/foro/>>, consultado: enero 20 de 2011.
- [2] Junta de Andalucía. Consejería de Obras Públicas y Vivienda. (2010). *La ciudad viva*. Sevilla, España. [En línea] Disponible en: <<http://www.laciudadviva.org/opencms/index.html>>, consultado: enero de 2011.
- [3] Junta de Andalucía. Consejería de Obras Públicas y Vivienda (2010). *Indicadores urbanos y ciudad*. Sevilla, España. [En línea] Disponible en: <<http://www.laciudadviva.org/blogs/?p=7336>>, consultado: enero de 2011.
- [4] UNAM. Programa de Maestría y Doctorado en Arquitectura y Urbanismo. (2010). *Análisis, teoría e historia*. México. [En línea] Disponible en: <<http://sites.google.com/site/anateohisunam/>>, consultado: enero de 2011.
- [5] Junta de Andalucía. Consejería de Obras Públicas y Vivienda. (2010). Revista completa La Ciudad Viva. *Revista La Ciudad Viva*. Sevilla, España, no. 5, diciembre. [En línea] Disponible en: <<http://www.laciudadviva.org/opencms/revistas/num005/num005.html>>, consultado: enero de 2011.
- [6] La panadería arquitectura y diseño. *Actualidad*. Sevilla, España. [En línea] Disponible en: <<http://www.despachodepan.com/>>, consultado: enero de 2011.

Creatividad y Actitud Creativa

D.I. Raquel Hernández White
EMADyC
Universidad La Salle
E-mail: rwhite77@gmail.com

Recibido: Diciembre 10, 2010, Aceptado: Enero 5, 2011

Resumen

La “chispa” de la respuesta creativa radica en la manera de formular las relaciones entre los elementos que participan en una problemática, y en cómo la gente los combina para obtener nuevas respuestas. El desarrollo de la creatividad le pertenece a cualquier ser humano que crea en sí mismo. La persona que es creativa desarrolla la capacidad de la invención.

Palabras Clave: Mente, cognición, acción.

Creativity and attitude creative

Abstract

The “flash” of the answer lies in creative ways to build up relations between the elements involved in an issue, and how people combine them to get new answers. The development of creativity belongs to any human being that believes in himself. The person who is creative develops the capacity of the invention.

Keywords: mind, cognition, action.

*“Los límites no son los lugares o actitudes en donde algo se acaba, sino donde algo comienza”.
Tullia Basani*

*“La originalidad de un hombre brilla no en las cosas que hace, sino en el modo en que las hace”.
G. J. Seidel*

Muchas personas piensan que la creatividad se reduce a ser original, “romper” con lo establecido o lo comúnmente visto. Por otra parte está el prejuicio, muy común, de que las personas creativas sólo pueden ser “diseñadores”, “arquitectos” o cualquier persona relacionada con el arte o la producción de objetos.

Sin embargo, si tomamos en cuenta la definición de Tudor Powell sobre la creatividad, encontramos que:

“La creatividad es una combinación de flexibilidad, originalidad y sensibilidad orientada hacia ideas que permiten a la persona creativa desprenderse de las secuencias comunes de pensamiento y producir otras secuencias de pensamiento, diferentes y productivas, cuyo resultado ocasiona satisfacción a ella misma y tal vez a otros”. [1]

Esta definición permite ampliar la visión sobre la creatividad, e ir más allá de asociarla a una profesión, para involucrar a grupos de personas que presenten, como forma de

vida, esta capacidad de generar respuestas viables, diferentes y novedosas ante problemáticas o situaciones comunes.

La “chispa” de la respuesta creativa radica, entonces, en la manera de formular las relaciones entre los elementos que participan en la problemática, y en cómo la gente los combina para una nueva reagrupación y resignificación en sus respuestas.

En este sentido, el desarrollo de la creatividad le pertenece a cualquier ser humano que crea en sí mismo, que tome la decisión de decidir, de hacer, de exponerse; de explorar tanto el problema como el número de posibilidades y maneras de solucionarlo; alguien abierto al cambio de enfoques y puntos de vista, capaz de poner en marcha su mente y el cúmulo de conocimientos o experiencias —a través de las cuales ha desarrollado sus capacidades—, para afrontar los riesgos que se corre, cuando se está proponiendo una nueva respuesta, diferente a lo común.

De esta manera, la persona que es creativa desarrolla la capacidad de la invención¹, ya que halla nuevas formas, aplicaciones o combinaciones que, teniendo como contexto la inteligencia humana, detonan procesos en su mente —progresión² y conexión³—, que le permiten “salirse” del pensamiento vertical⁴, para trabajar con un pensamiento paralelo⁵. [3]

Lo anterior nos lleva a afirmar, una vez más, que la creatividad y los procesos creativos de pensamiento no se detonan por generación espontánea o por “iluminación mágica”; es decir, **la persona creativa parte de un conocimiento profundo sobre la problemática a resolver, y ello le permite reconstruirlo en sus partes o elementos para recomponerlo bajo una “mirada” diferente y novedosa del resto de las soluciones.**

La mente creativa es capaz de conectarse con sus sentidos en todos niveles, y ello le permite, entre otras cosas, percibir los cambios que sufren el medio ambiente y el contexto inmediato. De esta manera, se puede decir que los sentidos están “afinados” para percibir esos pequeños cambios que pueden significar una oportunidad.

Es importante reflexionar lo peligroso que resulta el hecho de que, por lo general, los objetos que nos rodean o las situaciones cotidianas empiezan a ser una especie de lugar común en el que ya no se reflexiona; la rutina hace que, para las personas, estos objetos, espacios o situaciones, ya formen parte de su contexto, escenario o forma de vida, por lo que dejan de ser “vistos”; asimismo, los sonidos habituales “dejan de ser escuchados”; aquello que toca nuestra piel “deja de ser sentido”, pero **la mente creativa es capaz de redirigir sus sentidos y entablar nuevas relaciones con el simple hecho de que algo en su entorno cambie o llame su atención.**

Cuando alguien transforma, construye o reinventa su entorno, va incorporando a su proceso cognitivo pequeñas o grandes variaciones de categorías con las cuales es capaz de experimentar nuevas sensaciones y, de esta manera, comienza un nuevo ciclo de jerarquización y “lectura” de su medio ambiente, detonando una espiral de crecimiento y de actitud ante los retos.

Para la teoría constructivista, el conocimiento es el resultado de un proceso en el cual la persona participa de forma activa y, por medio de mecanismos internos, va

¹ Proviene de los términos latinos *inventio*, que está compuesto de *in*=en, hacia, a; y *venio*=ir, venir, llegar, y significa hallar, encontrar. [2]

² Este proceso mental implica pasar de una idea a otra de manera natural. Durante este proceso se va reflexionando en todas las implicaciones y relaciones que están en juego.

³ Significa que, teniendo dos o más ideas separadas, se encuentre la manera de relacionarlas entre sí.

⁴ Implica utilizar la mente de forma lineal, de “arriba” hacia “abajo”; en secuencia, lo que permite profundizar, pero “en el mismo sitio” (de pensamiento): en el mismo pensamiento.

⁵ Permite alejarse de patrones direccionales y ello lleva a la mente a moverse hacia otros lados para buscar patrones identificables y relacionarlos.

identificando, asimilando y categorizando todos los estímulos que lo llevan a un aprendizaje significativo, es decir: no existe acumulación de conocimiento sino, por el contrario, se genera una experiencia con el conocimiento. La intensidad de esa experiencia va ligada a cómo la persona actúa y “manipula” las variables dentro de su proceso de pensamiento.

La construcción del conocimiento no sólo identifica o pertenece de manera única a una “mente creativa”: conforme lo explica la teoría constructivista⁶, es esencial considerar el potencial humano y las inteligencias⁷ que la persona ha podido desarrollar a lo largo de sus experiencias. Así, cada persona desarrolla en mayor o menor medida las diversas inteligencias. Sin embargo, todas trabajan juntas y de manera única para esa persona.

En este sentido, la mente creativa tiene la capacidad de adaptar ideas según el contexto; busca, promueve, investiga, selecciona su propia información y dirige su “mirada” sobre la realidad para fijar sus propias metas; ello la lleva a pensar de manera paralela, ya que explora el mayor número de alternativas y, como menciona Mihaly Csikszentmihalyi⁸, [4] la persona que está trabajando el pensamiento paralelo es capaz de encontrarse en un estado de “flujo” en el que se abstrae y presta atención a lo que está haciendo para fundir su conciencia con su acción; es decir, piensa y actúa cíclicamente.

Lo anterior lleva a la persona a tener el control de sus acciones, por lo que su actividad mental tiende a comprender a profundidad la realidad o problemática, para superarla y poderla transformar.

Finalmente, ser creativo, pensar creativamente o tener una actitud creativa, implica generar nuevas técnicas, caminos o instrumentos que permitan y faciliten la adaptación del medio a las necesidades, para dar una respuesta a una situación en concreto.

La inteligencia creativa implica, una vez más, que la persona no sólo responde a la necesidad con una visión diferente; sino que, en cierto momento, **crea el lenguaje y el marco en el que sus respuestas se expresan ante el resto de la sociedad.**

En este sentido, se crea una respuesta; se inaugura con ella —al menos simbólicamente— un nuevo discurso y, como menciona Marina, [5] resulta que la persona creativa maneja la realidad mediante posibles irrealidades, proporcionando ideas que detonan nuevas realidades, que son asimiladas a través de conceptos trabajados con palabras, signos y símbolos que permiten reinventar las verdades (figura 1 a 3).

Así pues, la mente creativa es una inteligencia libre que implica un “mirar” inteligente, recordar inteligente, imaginar inteligente, deconstruir y reconstruir, pensando en la oportunidad que se tiene y la posibilidad de hacer las cosas de manera diferente.

⁶ De manera general, esta teoría radica en ver la mente del ser humano como una estructura que cambia a través de experiencias con la realidad, y para ello, todo conocimiento debe ser estructural e irse “acomodando” en la mente de la persona. Por lo anterior, esta teoría no aplica sólo a personas que presentan propuestas creativas, ya que todo ser humano se enfrenta a estímulos y situaciones que van construyendo su perfil de respuestas ante las mismas situaciones. Lo importante está relacionada a una mente creativa, radica —como dice Vigotsky— en cómo la persona está “abierto” mentalmente para reestructurar su conocimiento, ya que es un proceso de internalización que implica transformar acciones externas, sociales, en internas psicológicas.

⁷ La teoría de las inteligencias múltiples (IM) postulada por Howard Gardner y su equipo de investigadores, surge de investigaciones realizadas en la Universidad de Harvard y tiene que ver con el potencial humano. Además sostiene que cada individuo presenta ocho tipos de inteligencias —lingüística, lógico matemática, musical, espacial, interpersonal, intrapersonal y emocional— de las cuales, y de manera personal, la inteligencia emocional sería la más importante de desarrollar, pues implica aceptar el riesgo al fracaso y permanecer “abierto” a los cambios.

⁸ Mihaly Csikszentmihalyi. Profesor de Psicología en la Universidad de Claremont (California). Su trabajo de investigación lo ha llevado a estudiar los momentos de rendimiento cumbre de una persona. A este momento le denomina estado de “flujo”, en donde las personas se encuentran en un grado superior de control sobre las emociones y éstas se presentan al servicio del rendimiento y el aprendizaje. Es decir, no se reprimen ni canalizan sino que están activadas, positivadas y alienadas con el trabajo que en ese momento se realiza.

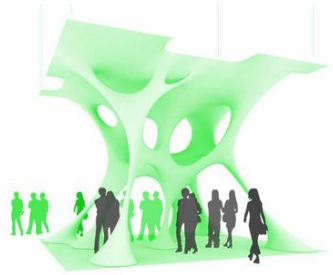


Fig. 1. Paradise Pavilion.
Exposición Entry 06 en
Essen, Alemania.

El pabellón, pesa solo 17 kg., y se compone de un esqueleto mórbido y flexible, realizado con un nylon high tech. Diseño: Arq. Chris Bosse. [6]



Fig. 2. ReCover:

Refugio temporal para personas. Diseño Greenmob [7]



Fig. 3. Diseño: Arq. Zaha Hadid y la firma de zapatos brasileña Melissa,
Una marca que destaca por su calzado impermeable y sus diseños eco-sostenibles. [8]

Referencias

- [1] Powell, T. J. (1972). *Creative learning in Perspective*. London: University of London Press. 115pp.
- [2] Soca, R. (2007). *La página del idioma español. El castellano*. España: Universidad de Nebrija. [En línea] Disponible en: <<http://www.elcastellano.org/palabra.php?id=2280>>, consultada: diciembre 7, 2010.
- [3] De Bono, E. (2008). *El pensamiento lateral práctico*. Barcelona: Paidós Ibérica, 196pp.
- [4] Csikszentmihalyi, M. (2003). *Aprender a fluir*. Colección Psicología. Barcelona: Kairós, 192pp.
- [5] Marina, J. A. (1994). *Teoría de la inteligencia creadora*. Barcelona: Anagrama, 383pp.
- [6] DSÑO: Tendencias en diseño, arte, fotografía, arquitectura y tecnología. (2007). *Bio-arquitectura celular*, Argentina: Clarín, [En línea] Disponible en: <<http://weblogs.clarin.com/dsno/2007/01/02/>>, consultado: noviembre de 2010.
- [7] Green mob. (2010). *Diseño ecológico para catástrofes. Recover*. [En línea] Disponible en: <<http://greenmob.com.mx/?p=358>>, consultado: noviembre de 2010.

- [8] DecoLuxe. (2009). *Zapatos de Melissa & Zaha Hadid*. [En línea] Disponible en: <<http://www.decoluxe.net/2009/02/02/zapatos-de-melissa-zaha-hadid/>>, consultado: noviembre de 2010.

Bibliografía

MakMax. (2007). German Entry Pavilion. Australia. [En línea] Disponible en: <<http://www.makmax.com.au/projects/project/german-entry-pavilion>>, consultado: noviembre de 2010.

Creatividad y tiempo: escalas dinámicas

Marcos G. Betanzos Correa
Revista Obras
Grupo Editorial Expansión
E-mail: marcos.obras@gmail.com

Recibido: Diciembre 10, 2010, Aceptado: Enero 5, 2011

Resumen

Para abordar el tema de creatividad se pretende generar un mapa de reconocimiento a manera de guía. Fuera de dar vueltas al significado tradicional, la creatividad arquitectónica debe regirse desde el intercambio de experiencias, la relación de trayectorias, la capacidad de acuerdos y sinergias. El arquitecto buscará los elementos que le den coherencia a un espacio y a un tiempo específico.

Palabras Clave: escalas, tiempo, sinergias.

Creativity and Time: Dynamical Scales

Abstract

To talk to the issue of creativity is to generate a map of recognition as a guide. Spinning out of the traditional meaning, architectural creativity should be governed from the exchange of experiences, the relationship of paths, the ability of agreements and synergies. The architect will look for items that give coherence to a specific space and time.

Keywords: scales, time, synergies.

*“Progresar, encontrar nuevos resultados es
por ende, negar el fenómeno de la repetición,
de la adaptación de modelos externos, ajenos o antiguos.
Es aportar nuestras propias adquisiciones, más o menos
creadoras, como rendimiento de una vida activa y esforzada.”*
Manuel Gausa [1]

(I) Previsiones y simulaciones

Definir la creatividad más que complicado es un riesgo declarado. Escribir sobre cómo serlo o qué nos hace creativos es verse la cara con un código que se presenta casi imposible para ser descifrado. Por ello, más que una postura determinante y poco flexible sobre lo que el concepto engloba, pretendo extender una visión configurada por diversas ideas que ayuden a generar un mapa de reconocimiento a manera de guía para abordar el tema.

Renuncio a escudriñar y seguir dando vueltas al significado tradicional y me uno con fidelidad y congruencia e incluso con cierta ventaja o cinismo a una frase mutilada del artista plástico David Hockney, [2] quien afirmó al referirse a la realidad que observamos que se trata de “una manera privilegiada de representar el mundo y una única manera de

ver”. Por si acaso en este texto fuera poco factible evadir mi definición, esta frase bien podría salvarme.

(II) Ficciones conceptuales

Desde el análisis de la arquitectura se ha estigmatizado el buscar a contracorriente nuevas soluciones a problemas constantes, comunes para todos. Sorprende sin duda, que el camino recorrido por la mayoría de quienes desarrollan el oficio intenta reconocer o reconocerse dentro de una base conceptual que ha promovido la producción cíclica de formas ensayadas, muchas de ellas –incluso– paralelas, simultaneas y coincidentes a pesar, curiosamente, de haber sido desplegadas en contextos diferentes, de haberse descrito, a menudo, como trayectorias autónomas, unipersonales y por ello, obligadamente creativas y tristemente truncadas.

(III) Proceso de procesos

La creatividad arquitectónica –creo– debe regirse desde la vía del intercambio de experiencias, la relación de trayectorias, la capacidad de acuerdos y sinergias. Para ello será necesario, incluso ir al pasado o imaginar el futuro, generar escenarios más plurales y heterodoxos para relacionar las nuevas ideas con los nuevos campos del conocimiento.

Y es que sabemos bien que en la arquitectura, la creatividad no puede entenderse sino como un proceso multicapa en donde la búsqueda es constante; donde la sorpresa se revela ante el surgimiento de más preguntas que respuestas y donde la magia o la creación espontánea tienen poco espacio de maniobra.

(IV) Circuitos de un todo

Pensamiento. Análisis. Ejecución. Estrategia. Fundamento. Idea. Exploración. Lógica. Acción. Voluntad. Necesidad. Talento. Interacción. Conciencia. Compromiso. Visión. Conocimiento. Causa. Muchos conceptos, una sola arquitectura. Una sola palabra. Creatividad.

Todos son una minúscula fracción, una pequeña parte, una pieza, un fragmento, pero son los elementos que forman el todo. Al hablar del todo como unidad me refiero a esos esquemas en los que es posible localizar fenómenos y sucesos que conforman el quehacer arquitectónico o urbano a nivel contemporáneo. De la mano de la observación de estas minúsculas piezas –que bien podrían ser un usuario definido– está el entendimiento para esclarecer que la creatividad de cualquier tipo pero particularizando en la arquitectónica, una pequeña parte puede transformar la totalidad porque los fragmentos se convierten en gigantescos catalizadores de cambio, en soluciones infinitas y problemas que incluso puede jugar a nuestro favor.

(V) No lugar

Más allá de las adecuaciones de un modelo arquitectónico o urbano de pensamiento personal, el reto está en convertir aquello que fuera de la arquitectura está hecho de percepciones no arquitectónicas, pero que sólo una arquitectura creativa puede volver posible.

(VI) Memorial de renovación

Cada oportunidad de hacer arquitectura exige en teoría un nuevo enfrentamiento a especificidades físicas, territoriales, programáticas y mediáticas específicas. Sin embargo, poco de esto sucede ante un ejercicio que ha terminado por generalizar la solución y trasladarla a otros contextos. Creatividad: obligación de generar un procedimiento renovado en cada lugar, una actitud *in situ* más que un código estético que seguir o al

cual aspirar. Un nacimiento contemporáneo de otro enfoque de la función profesional que compartimos.

(VII) Visiones

Rafael Argullol, paseante, filósofo; a veces es poeta; otras, novelista e incluso observador me pone a pensar con las siguientes afirmaciones:

"Yo juego ese papel de viajero, de turista, de 'flâneur', pero en un escenario que ya no es el de los pasajes de Walter Benjamin, sino un espacio en el cual yo mismo me he permitido arrancar con el genoma humano. La ciudad ya no es París, ni Nueva York, ni Berlín: son todas las ciudades".

"El ser humano es una aventura a través de sus distintas identidades. En esa travesía de nuestra multiplicidad, el viaje, al alejarnos de lo que es el deslumbramiento de la cotidianidad, nos da una mayor posibilidad de acercarnos a esa riqueza". [3]

¿Creatividad o arrogancia? ¿Creatividad o evasión? ¿Creatividad o engaño? ¿Quién soy yo para saberlo?

(VIII) Conclusiones sin final

Nunca podría concluir este tema. Las múltiples veces que lo intenté fracasé y por ello me pareció fortuito haberme encontrado con una contundente frase de Paul Auster obtenida de su célebre *Trilogía de Nueva York* en la cual señala que "el detective es quien mira, quien escucha, quien se mueve por ese embrollo de objetos y sucesos en busca del pensamiento. La idea que una todo y le dé sentido".

El arquitecto, el pensador, el futuro creativo hará lo necesario por recorrer cualquier espacio en busca de esos elementos que le den coherencia a un espacio y a un tiempo específico en que oportunidad, necesidad y talento permitan generar un siguiente paso en espera de ser producido.

(IX) Referencias

- [1] Gausa, M. (2002). *Housing. Singular Housing*. Barcelona: Actar Arquitectura, 566pp.
- [2] Hockney, D. (1937). *Página del autor. Semblanza*. Inglaterra [En línea] Disponible en: <<http://www.hockneypictures.com/home.php>>, consultado: noviembre 2010.
- [3] Argullol, R. (2007). *El fin del mundo como obra de arte*. Barcelona, España: Acanalado, 160pp.

Del Individuo a la Socialización de la creatividad

Juan Manuel Marentes Cruz
Escuela de Artes Plásticas
Universidad Nacional Autónoma de México
E-mail: marentesco@yahoo.com.mx

Recibido: Noviembre 18, 2010, Aceptado: Enero 13, 2011

Resumen

Siempre hablamos del creativo sin citar al sistema de socialización que lo sustenta. La creatividad no se puede librar de la especulación de los sujetos que controlan el intercambio de los bienes; no solamente satisface la necesidad expresiva del autor, también está cargada de otros intereses, se puede abordar de dos maneras, "hacer para crear" y "crear para hacer"

Palabras Clave: Sujeto, creatividad, socialización.

From the individual to Socialization of Creativity

Abstract

At whatever time we talk of creative; without mentioning the system of socialization that supports it. Creativity cannot get rid of the speculation of the people who control the exchange of goods, not only meet the need expressed by the author, is also charged with other interests can be approached in two ways, "do to create " and "to create "

Keywords: subject, creativity, socialization.

El creador en general sustenta su creación en sí mismo, así lo entiende mayoritariamente tanto en conjunto de creadores como los consumidores de los productos resultantes de esta actividad, pero el "sí mismo" al ser entendido como egoísmo individual del sujeto no encuentra su reflejo en los otros, pareciera que cualquier individuo incluido el creador tuviera la capacidad de sustraerse de su entorno. Michel Foucault hace un análisis de la relación del sujeto con la sociedad en su libro "La hermenéutica del sujeto". [1] Desde la concepción clásica de Platón, Foucault relaciona de manera indisoluble el concepto de ocuparse de sí mismo con la conciencia de que existe el *otro*. Quien no piensa en el otro, u otros -que es la sociedad en conjunto- realmente se niega a sí mismo. Analiza la concepción platónica, para la cual, tal conciencia de sí mismo era característica indispensable del hombre dedicado a la política, pero este lo lleva más allá aplicándolo a todo sujeto social que pretenda buscarse a sí mismo a través de los demás. Quien no tenga conciencia del otro implicado en lo social difícilmente generara una conciencia de sí mismo. Es también el creador un ente social que tiene la responsabilidad de ocuparse de sí mismo, pues este acto es un privilegio según Foucault, y no uno cualquiera, es un privilegio elitista [1:119] y como tal, solo lo pueden ejercer unos cuantos. Estos elegidos tienen la responsabilidad de considerar al otro desde su aportación a lo social y tomar conciencia en el mismo acto, tanto de lo personal como de lo social.

El egresado de cualquier carrera que implique el acto creativo debería saber cuál es su papel en la sociedad. El artista, sujeto creador por antonomasia es nuestro modelo de creación, todos pretendemos imitar a esos grandes individuos de la historia que lograron

sorprender con sus propuestas a la sociedad de su tiempo, y por supuesto nunca falta limitarse casi solo al renacimiento para hablar de genios. Época fructífera sin duda que nos ha heredado entre otras cosas el concepto casi inalterable de que solo se puede ser creativo si se es un genio al estilo de Miguel Ángel o Da Vinci. En la creencia popular, estos y otros creadores, trabajaban solos y no tenían contacto con los demás si no era para cobrar grandes cantidades de dinero por su trabajo concluido. Pocos saben de Miguel Ángel los desacuerdos con el Papa Julio II para realizar obras tan imponentes como el Moisés, o de los problemas que enfrentaba Da Vinci al dejar tantas obras inconclusas, lo que hacía dudar a sus mecenas el seguir apoyándolo.

Siempre hablamos del creativo sin citar al sistema de socialización que lo sustenta. Mecenas, Marchands, consumidores por encargo, clientes y tantos otros adjetivos son el conjunto de individuos que sustentan el otro que hace válida la propuesta creativa en sociedad fuera del sujeto creador y genial. Esos otros son el sistema comercial que socializa el trabajo y quienes consumen el producto de la profesión creativa, parte de la sociedad que prefiere por sobre otras esa manifestación creativa particular, y que en muchas ocasiones se siente incapaz de discriminar una propuesta auténtica y califica de “no creativo” todo lo que no entra en sus parámetros de comprensión. ¿Es el consumidor el que está obligado a tomar conciencia del creador a través de su obra, o es el creador el que debe tomar conciencia del consumidor? Parece que la propuesta más válida en algunos ambientes es la primera, pero ya en la práctica la sociedad no parece compartir la idea, rechaza todo lo que no hace contacto con ella y termina por excluir todo lo que no le parece creativo.

Como cualquier mercado, el de la creatividad no se puede librar de la especulación de los sujetos que controlan el intercambio de los bienes influyen de manera sustancial en la aceptación o el rechazo de la propuesta creativa. Así pues la creatividad no solamente satisface la necesidad expresiva del autor, también está cargada de intereses en apariencia ajenos, como los políticos, los económicos y todos los relacionados con la idiosincrasia del medio social. En el siglo pasado, la Escuela Mexicana de Pintura se ubicaba de manera distinta al tradicional artista ensimismado, arte y sociedad habían nacido para complementarse. Se hablaba de socialismo, donde el bien del pueblo era el bien de la clase trabajadora, y dirigir el arte a la clase trabajadora era función prioritaria para el creador de arte, por lo menos en teoría, ya que su función material y práctica era el eslogan revolucionario conveniente a un sistema político naciente. De esta manera, arte y política en mutuo acuerdo de conveniencias hacían lo que la sociedad debía entender como arte, se dice que los tres grandes del muralismo mexicano realmente eran cuatro, pues sin el apoyo de José Vasconcelos el movimiento no hubiera tenido el impacto y el alcance internacional que llegó a tener. Pero ese sistema terminó por agotarse, y con él, la actividad artística tuvo que salir a ganarse la vida fuera del patrocinio del estado, y a su vez, la sociedad como el todo que englobaba arte y sociedad, dejó de ser tema y destinatario. Aunque cabe señalar que en el muralismo sobrevivió íntegra la propuesta plástica de esos creadores pues más allá del tema la propuesta franca emotiva permanece. Sociedad y socialización de ideas en el contexto actual es algo distinto, va más allá del tema y la clase social, pues la democracia se contrapone con la vieja idea socialista de la dictadura del proletariado, pues el proletariado incluso ya no es uno solo, y en esta división no se siente representado en las propuestas artísticas. Ahora nos vemos obligados a enfrentar una sociedad diversificada por la ausencia de verdades extremas, la variedad como infinito de intermedios y necesidades decididas directamente por el individuo, ya no por el estado. Ahora el artista tiene que enfocar claramente a quién pretende conmover con su propuesta.

El reconocimiento parece rehuir al creador. Las causas pueden ser infinitas, hasta puede intervenir la casualidad, pero aquí hay que tratar solo lo que compete a la formación por tratarse de una reflexión universitaria. ¿La academia forma profesionales capaces de presentar ideas claras al interior de la sociedad para su aceptación? Algunos

cuando pensamos en la mejor manera para llegar a ser creadores, tomamos como modelo a los grandes genios de la historia, tal modelo por supuesto, como lo entiende la cultura en la que crecemos. Gracias a algunas de éstas creencias, no falta quien llega a pensar que es mejor seguir el camino del genio incomprendido, estrafalario, impulsivo, pero además y por sobre todo, "autodidacta". El rechazo de la academia como estrategia de estudio sistematizado es algo que aparentemente no encaja con la imagen que nuestra cultura ha asimilado como medio de creación, todo lo contrario, resulta que cualquier creador que exalte su formación autodidacta goza de más preferencia y estima que el que acepta que ha recurrido a una formación académica para aprender algo que Dios no le ha dado como don. La escuela tiene la obligación de ser esa experiencia de socialización activa donde el sujeto ponga a prueba su capacidad para ser "sí mismo" en los otros que lo rodean sin dejarse arrastrar por la auto complacencia, la escuela debe ser un puente entre el aspirante a profesional creativo y la sociedad. El sujeto creativo debe tener conciencia política y no en el sentido de transformarse en candidato o activista de alguna corriente partidista. Debe por obligación tener conciencia de su entorno social y todo lo que le afecta. No estoy proponiendo que la universidad deba enseñar tendencias ideológicas, se que su función es formar en disciplinas de estudio, aunque pocas veces se pueda hacer una diferenciación precisa. Debe formar profesionales que se inserten en la sociedad satisfaciendo las necesidades que ésta requiere, pero a la vez con capacidad de transformación a través del análisis y la propuesta original del especialista. Formar profesionales de la autosatisfacción sería una falacia dentro de una institución creada por la sociedad, pues el beneficio debe ser mutuo.

Hasta aquí pareciera que todos tenemos la obligación de ser profesionales del aparato económico, controlado por los que manejan los grandes capitales, pero no hay que olvidar que lo económico es sólo la parte abstracta del intercambio social, y que cada uno de los individuos que integra el conjunto es sujeto a tomar en cuenta para la producción de bienes materiales y espirituales. Lo que compete al profesional creativo es socializar su actividad manipulando el aparato económico que también está al servicio de la cultura, incluyendo el proceso la retribución plasmada en el reconocimiento y la satisfacción de las necesidades materiales de existencia, sobre todo para seguir creando cada vez con mayor efectividad.

¿Cuál es la diferencia en el proceso de socialización que implica a un arquitecto, a un diseñador para concretar su trabajo en relación con la que aplica un artista? Solo por referirme a los profesionales que comparten algunas técnicas y procedimientos, aunque podríamos extenderlo hacia cualquier actividad creadora. Pareciera ser que la gran diferencia radica en las particularidades del cliente, que para utilidad de la idea podríamos llamar "mediador del proceso de socialización". Mientras el arquitecto cuenta con un mediador preestablecido por el encargo, previo surgimiento de la necesidad de espacio individual o colectivo, con requerimientos específicos de uso político, recreativo, cultural, espiritual o de habitación. Sin este mediador es muy difícil que haya arquitectura, pues el uso que tendrá por sus ocupantes el proyecto arquitectónico legitima en sí su existencia material. El diseño se vale de los productos, servicios y mensajes de los que es intermediario creativo y estético, basado en estudios de mercado y manipulación del mismo para lograr cumplir su objetivo. También en este caso el cliente garantiza la socialización, pues el éxito del producto está asociado al éxito del diseño, o el producto es tan bueno que cualquier diseño cumpliría sin tener una gran propuesta de imagen.

En cambio, el artista es creador de lo inútil, emoción y belleza son valores a comprobar, si la obra no logra convertirse en valor artístico, es susceptible de ser desechada sin titubeos. Pero no quiere decir que no haya intermediarios o que se pueda crear pensando en la total ausencia del cliente o consumidor, mas bien la diferencia radica en el momento en el que integramos a éste al proceso de socialización, para cumplir el ciclo del hecho artístico. Es tan cliente el comprador directo, como el estado o la institución que lo representa como mediador económico entre el productor y la

sociedad, incluyendo ahora a la iniciativa privada que no solo adquiere obra personal para coleccionar, sino también para aumentar el acervo de sus fundaciones, a los que la sociedad tiene acceso, bajo el discurso de la responsabilidad social, o en ocasiones como perfecto disfraz de la evasión fiscal, aún así no menos legítima y auténtica dentro de la dinámica que ocupa el proceso de socialización que nos interesa.

Se ha confundido en general la capacidad de crear con la capacidad de hacer. Aunque ésta se incluya en la anterior no necesariamente la condiciona. No todos los procesos de producción incluyen a la creatividad, de hecho si ya se sabe hacer, es porque se siguen una serie de reglas establecidas para ser efectivo, como en la cadena de montaje, donde cada quien sabe hacer a su tiempo una parte del proceso de manera eficaz. Hay que distinguir en la generación de un objeto creativo dos maneras diferentes de abordarlo, “hacer para crear” de un lado y “crear para hacer” donde, sin juego de palabras podemos distinguirlos de la siguiente manera: el primer enunciado resalta el proceso de realización que exige una apertura en el análisis sensible, de diálogo con el material, flexible en los procesos de transformación que lógicamente acompañan a los materiales elegidos, tomando siempre en cuenta cómo han sido transformados para otras ideas y deben transformarse para la propia, para lograr un discurso único basado en las cualidades de la materia para convertirse en expresión misma. Autosustentable cuando no rebasa ciertos márgenes espaciales, y susceptible de socializar casi de manera directa con el consumidor final. Este proceso se da mucho en las propuestas artesanales y algunas artísticas. En el segundo enunciado “crear para hacer” debe preceder ante toda ejecución la imaginación creativa y transformadora sin que el creador tenga la obligación de materializar la obra, por lo menos de inicio, preponderando la planeación, el análisis sensible, la proyección orientada a una materialización cuyo orden y estructura sean previsualizados, donde el trabajo sensible se basa en la reflexión, producto no solamente de lo que han hecho otros, sino también de las propuestas personales elaboradas con anterioridad. Este método creativo abre la posibilidad de incluir procesos productivos aún fuera de lo artístico, pero con potencial expresivo de alcance mayor. Aquí entran por supuesto muchas actividades humanas, sean calificadas de artísticas o no, y también encajan proyectos estructurados bajo el enunciado anterior, cuando el plan creativo requiere de un fuerte apoyo material previo a la ejecución. Aquí evidentemente encaja toda profesión que se basa en la planeación como la arquitectura y la ingeniería.

En este último punto la creatividad se transforma tajantemente en una actividad de conjunto. Hay “otros” diferentes del “mi mismo” que no solamente son el consumidor y espectador de nuestras propuestas, sino también otros profesionales con los que hacemos proyectos comunes en mutuo acompañamiento y complemento. Lo multidisciplinario ha dejado de ser una opción de vanguardia y se ha convertido en un requerimiento propio de la magnitud de cualquier propuesta creativa actual. Es necesario transformar el *mi mismo* que nos hace ver sólo hacia adentro, en el *mi mismo* que nos hace sensibles de los otros individuos que conforman la sociedad. El genio individual ha dejado de existir, si hay individuos geniales es porque hay sociedades geniales que los forman y aceptan sus propuestas.

Referencias

- [1] Foucault, M. (2002). *La hermenéutica del sujeto*. México: Fondo de Cultura Económica, 539pp.

La creatividad, los laboratorios de arquitectura y el problema del espacio arquitectónico

Ernesto Nava Trujillo
EMADyC
Universidad La Salle
E-mail: ernestonavat@gmail.com

Recibido: Enero 22, 2011, Aceptado: Enero 31, 2011

Resumen

La creatividad y los laboratorios de arquitectura reconocen la especialización de las disciplinas, los protocolos que las encuadran y los estados de producción que encuentran, elementos que generan productos creativos. El problema de los alcances de la arquitectura como arte es esta desviación que constituye el reconocimiento de los géneros que delimitan la frontera entre la arquitectura y las edificaciones.

Palabras Clave: espacio arquitectónico, laboratorio, edificaciones.

Creativity, Architecture Labs
and the problem of architectural space

Abstract

Creativity and architecture labs recognize the specialization of disciplines, protocols that fall and the states are production elements that generate creative products. The problem of the scope of architecture as art is this deviation which is the recognition of gender that defines the boundary between architecture and buildings.

Keywords: architectural space, laboratory buildings.

Para hablar de creatividad, y los laboratorios de arquitectura primero habríamos de reconocer un par de eventos a partir de los cuales podemos desdoblar el tema, por un lado tenemos la especialización de las disciplinas, mismas que van delimitando las formas de su metodología, los protocolos que las encuadran y los estados de producción que encuentran en el tiempo y el espacio, todos estos elementos que generan productos creativos, por otro lado tenemos el problema primigenio de los alcances de la arquitectura como arte, de esta desviación que constituye el reconocimiento de los géneros que con el tiempo han delimitado la frontera entre la arquitectura y las edificaciones¹.

I

Trataré de deshilar el problema de los laboratorios de arquitectura como campos para la generación del conocimiento a través de los procesos, que con el tiempo han

¹ Nicholaus Pevsner, [1: 216] cambia "construcción" por "edificación" pues creo más claro y conveniente el uso del término para el idioma castellano.

constituido el material de trabajo para los arquitectos y que se basa en la producción de “espacio arquitectónico”²; Edward Eigen [2:53] comenta alrededor del laboratorio convencional que no teniendo una estructura formal fija aparte de los procesos evolutivos de experiencia y practica, esta mera contingencia fue la que validó el laboratorio, es la escena -El lugar como destino del laboratorio- las dinámicas de distribución (la tarea de administrar recursos y mantener los objetos en su lugar apropiado, como fuera) debió ser identificada. Al ser la arquitectura beneficiaria de la evolución tanto de los procesos de pensamiento como de los usos y costumbres que determinan las facturas de las relaciones culturales, y los laboratorios de arquitectura a su vez siendo configurados como aparatos para la búsqueda y la producción de nuevos sistemas de arquitectura; queda clara la necesidad de reconocer los cambios de programas y sus aproximaciones como cualidades necesarias para el estudio del problema del espacio arquitectónico desde su particular trinchera del conocimiento.

La administración desordenada de los recursos en el mundo ha provocado la pérdida de los mismos en algunos casos, pero también la modernidad ha constituido una generación de acceso total al conocimiento, el problema que se presenta actualmente de frente a los almacenes virtuales de información es su precisión y orden, además de la promoción de un uso de memoria a corto plazo en los estudiantes y usuarios. En este sentido los laboratorios de arquitectura encuentran en los ejercicios virtuales material de trabajo que esta reconfigurando la aproximación al problema arquitectónico. Para entender los nuevos procesos que se van generando me parece importante recordar algunos de ellos que durante siglos ha utilizado el hombre para resolver sus problemas y necesidades, basado en este pensamiento y las teorías de programa arquitectónico, podemos construir una base para saltar de lleno al estadio virtual de la arquitectura, que puede promoverse como una nueva forma “real” de proyectar y un facilitador creativo.

El Sitio

Encontramos entonces que el sitio se configura como un protagonista de los nuevos procesos que de la arquitectura emanan, como base para el establecimiento de los parámetros de cualquier proyecto o producto del pensamiento arquitectónico, en ocasiones nos encontramos con que el sitio mismo se encuentra en una posición antagónica natural. Solo como resultante del desconocimiento de este factor, casi siempre por omisión; por la importancia del sitio³ para la arquitectura -indirectamente para el laboratorio- estriba en su configuración como contenedor del espacio arquitectónico, de los elementos que lo configuran. La arquitectura, virtual o construida, ocupa inminente un espacio en el sitio, y esto es lo que lo hace importante.

Entonces podemos decir que el sitio es el primero de los fines para los laboratorios de arquitectura, el entendimiento y la estructuración de procesos que den lectura, valoren y concedan memoria al sitio son imprescindibles para el estudio, no sólo de la arquitectura, sino como el reconocimiento del “*genius loci*”⁴.

La Época

Estos valores cambian con el tiempo, y son por demás abstractos. Por recursos podríamos categorizar desde el espacio arquitectónico ocupado por el programa de género, hasta los valores determinados por los recursos económicos de los que depende

² Uno de mis principales intereses radica en promover el uso del término “espacio arquitectónico” para distinguir el material básico para la producción arquitectónica, del “espacio” que tiende a bandear en planos filosóficos más que físicos, el “espacio arquitectónico” lo acoto dentro del marco de los sentidos.

³ “Antes de echar los cimientos de las murallas de una ciudad habrá de escogerse un lugar de aires sanísimos. Este lugar habrá de ser alto, de temperatura templada, no expuesto a las brumas ni a las heladas, ni al calor ni al frío...” así define el sitio -lugar- Marco Lucio Vitruvio, [3:17-21] una definición que por lo básico de su estructura resulta por demás explicativa.

⁴ Construyo estas referencias a partir de un texto de Colin Rowe, aunque existen otros autores que hacen referencia al espíritu de la época y al espíritu del lugar, me parece más completo hablar de ellos por la fantasía que evoca Rowe. [4:54-56]

un objeto arquitectónico para su producción -de nuevo no importando si este es virtual o construido- aparentemente con la especialización los espacios arquitectónicos también se van “eficientando”.

Pero el verdadero problema lo encontramos en la “pulverización” del programa y la agravante que ésta sugiere, que es la imposibilidad de conocer el origen, los requerimientos técnicos y el destino de los recursos debido a la propia multiplicación que constantemente se genera, la velocidad a la que el conocimiento de los problemas se multiplica es mucho mayor a las posibles soluciones que la academia pudiera generar en el tiempo, sin contar con el problema de la memoria, el acceso a sistemas virtuales que lo contienen todo, pero que nos impiden la posibilidad de la verificación o de la categorización específica hacen eventualmente más lento el proceso de aprendizaje, debido a la gran cantidad de información que se tiene que filtrar para cada problema, este factor es inherente al espíritu de la época o “Zeitgeist”. [4:54-56]

El Folklore

Hay personas que piensan que la creatividad está ligada más a la imaginación que al conocimiento, en particular creo que la propia imaginación es dependiente de nuestra experiencia, sin ella no podemos transitar de una idea a otra, es parte del conocimiento científico. En el caso de la arquitectura, al ser su objeto la proyectación de espacios arquitectónicos, no debemos soslayar que dichos espacios en su producción primigenia, son construidos a partir de espacios previamente reconocidos, y muchas veces como resultado de la combinación de diversas experiencias. No es suficiente la experiencia, al final es más importante la memoria, tal como cita Colin Rowe, el espíritu de la raza, inadulterado y solo, puede derivar en actividades de dudosa reputación... y buscar soluciones de la forma más deplorable. [4:54-56]

Entonces tenemos que la memoria tiene una importancia vital dentro de los procesos de pensamiento y principalmente como recurso de los sistemas creativos, pero no es la solución total cuando hablamos de creatividad en arquitectura, existen sistemas que cambian por regiones, épocas y sociedades (aún cuando el fenómeno global pudiera probarme equivocado en el tiempo); Para esto Susan Sontag plantea un elemento emergente que resuelve desde mi punto de vista parte del problema, la definición del gusto, que se configura ahora con más claridad: hay gusto en las personas, gusto visual, gusto emocional; y hay gusto en los actos, en la moralidad. La inteligencia es también, de hecho, un tipo de gusto: gusto por las ideas. (Uno de los hechos a tener en cuenta es el que el gusto tiende a desarrollarse muy desigualmente. Es raro que la misma persona tenga buen gusto visual, buen gusto para la gente y gusto por las ideas). [5:357]

Aunque debemos considerar la importancia del vínculo entre el gusto y las escalas de belleza, que determinan el alcance del gusto mismo, no debemos equiparar el placer personal con el gusto universal. Estos son elementos que constituyen el folclor o Volksgeist. [4:54-56]

El Espíritu de la ley

“Lo irresistible es en ocasiones lo que no se resiste”; los devotos del espíritu de la época evitan su presencia -lo consideran predispuesto a resultados casuísticos⁵... los arquitectos de formación moderna lo encuentran duro de aceptar y no le rinden culto”⁶.

⁵ Casuística en ética aplicada refiere al razonamiento basado en casos. Se utiliza en cuestiones éticas y jurídicas, y a menudo representa una crítica del razonamiento basado en principios o reglas. Los críticos usan el término peyorativamente refiriendo al uso limitado de la inteligencia sin suficiente razón, especialmente en relación a cuestiones morales (ver sofisma). La casuística es utilizar la razón para resolver problemas morales aplicando reglas teóricas a instancias específicas. [6]

⁶ Colin Rowe escribe al final de sus argumentos que todos sus “Espíritus” son ficciones, y que debe haber otros, pero que para el arquitecto del siglo pasado seguro fueron los más activos, hoy nos encontramos con posturas que se desentienden de toda teoría del siglo XX por considerarla “vieja” pero desde mi punto de vista no hay actitud más peligrosa que la negación a la memoria. [4:55]

Los arquitectos no pueden trabajar con las normas atadas a una mano, es un argumento que se esgrime constantemente en este oficio, se presupone que la creatividad no se puede dar en un ámbito legislado, hay cierta verdad en el argumento, sin embargo, las normas forman parte de nuestra sociedad, y la creatividad debe sustentarse también en las teorías que se van construyendo en el tiempo, que se constituyen como la base -la memoria- de los estilos, las escuelas y los movimientos.

La creatividad es materia prima de la teoría, y es en ella donde sustenta sus cambios y transformaciones, el ser creativo se alimenta de los entornos hostiles y áridos, es entonces que podemos reconocer en el espíritu de la ley los elementos que limitan, pero que al mismo tiempo aceleran los procesos creativos, independientemente de la posibilidad de socializar sus resultados.

El lugar apropiado

Paul Ricoeur establece la metáfora de la catalogación del sitio y su estudio como el problema que representa el acomodo de una biblioteca desde su más básico acercamiento. Las bibliotecas se pueden acomodar por: Temas, títulos de los libros, autores, editoriales, colores o tamaños... cualquier aspecto a tomar en cuenta significaría desordenar el resto de los valores establecidos, si se acomoda por autores, seguramente los tamaños, colores y editoriales se vería en situación de caos, y la pregunta que se establece al final es, ¿Que ocurre con el espacio arquitectónico, y más aún, con la arquitectura en relación al sitio? Nos encontramos con la disyuntiva que representa encontrar el lugar apropiado para los objetos en todas sus escalas, la gestión y administración de las ideas y la necesidad del acto creativo como una forma de encontrar el lugar apropiado para todo.

El proceso de pensamiento está constituido por un círculo -virtuoso en la teoría- que se encuentra delimitado por las fronteras del conocimiento de la necesidad, su desarrollo, la generación de la idea -el caldo de cultivo de la creatividad pura-, la idea en acción o su ejecución y finalmente la satisfacción de la necesidad; podemos reconocer en los laboratorios la oportunidad de hacer de la memoria un activo para la promoción de la creatividad en el salón de clase, al reconocer la velocidad y la multiplicidad de la información como un problema inherente a la modernidad, nos encontramos con que la memoria trabaja a la velocidad de cada individuo, configurándose como el generador "a modo" para el acto creativo, un recurso que se adapta a los requerimientos de cada programa, aún si éste fuera configurado alrededor de la negación al pasado, pues inmediatamente establecería un punto de partida para conocimientos posteriores⁷, que es el caso de estudio para una nueva necesidad.

II

La socialización de las ideas

La creatividad necesita ser socializada, pero primero requiere de un medio que la promueva y en este sentido los Laboratorios de arquitectura encuentran allí su marco de producción, según Karen Burns La firma de un edificio lo transforma en un objeto individual que constituye su valor.

La firma es su prueba de identidad y de individualidad. Los vínculos de los historiadores a un "integrado" detrás de los edificios parece abarcar una gran inversión antes que asegurar un nombre reconocible en función de valorar al edificio como único, y

⁷ "En ocasiones, para entender nuestras ambiciones y deseos secretos, nos volcamos a la historia -y si no lo hacemos, otros lo harán en nuestro lugar, descubriendo que arquitectos del pasado estaban ya inmersos en los temas que nos intrigan ahora..." Con esta frase abre su artículo "A capacity for endlessness" Ben Van Berkel, que resume significativamente la idea a la que me refiero. [7:257]

por tanto altamente valioso, propiedad dentro de la economía estética. [8:77] Es por esto que la tarea que se perfila desde el plano de la formación y producción del conocimiento de la arquitectura tiene que reconocer como fin la memoria por encima de la generación de las ideas de manera discrecional, el arquitecto en formación debe aprender a reconocer las categorías del diseño, sus escalas y géneros antes de buscar un producto manifiesto o absoluto. En primera instancia, es necesaria la experimentación del espacio arquitectónico, como lo es la memoria para ampliar así el acto de proyectar.

La invención de la rueda

Así como nos es imposible concebir el mundo sin la invención de la rueda, sería necio⁸ querer evitar hacer conciencia de la realidad que representan los nuevos sistemas de conocimiento virtual, aunque curiosamente en lo que se refiere a nuestro oficio, la arquitectura en la academia es igualmente “virtual” por su imposibilidad de ser construida -aunque susceptible de serlo-.

Si el espacio arquitectónico tiene como parte de sus condicionantes el sitio y la memoria, podemos enmarcar a estas por medio del uso de los sentidos, pues a través de ellos es que se construyen las experiencias apócrifas -las llamo así por las transformaciones que sufren en el tiempo- y que eventualmente se utilizan como materia de producción para el espacio arquitectónico. Igualmente es a través de las nuevas tecnologías que se han configurado sistemas que permiten la emulación de los sentidos a través de la realidad virtual, este caso nos demuestra la posibilidad que se abre ante nuestros ojos de producir en la academia resultados que son cada vez más cercanos al objeto construido.

Lo interdisciplinario

La arquitectura se configura cada vez más -como muchas otras materias- alrededor del trabajo en las computadoras y programas que auxilian los capítulos técnicos requeridos para su producción, en éste sentido se va acercando cada vez más a campos de estudio vinculados a la comunicación que solucionan sus requerimientos de necesidades específicas. Según Karen Burns parte de la posibilidad de los estudios interdisciplinarios es perversa, el proyecto de poner atención cuidadosa a la especificidad de los conocimientos, de sus casi delimitados espacios, y las historias de la formación de disciplinas particulares. Es un proyecto que cuestiona los protocolos de la arquitectura: ¿qué valores organizan, dan coherencia, forman sus metodologías y constituyen su rango de objetos?, dando esta definición mi interés en el “otro conocimiento” y la Arquitectura se desdobra. [8:75]

Nos encontramos de pronto con estudios que se ocupan más en el análisis del estado virtual de las formas y sus geometrías⁹, que en la base de la arquitectura misma. Ahora bien, históricamente las definiciones de arquitectura versan alrededor de las necesidades del hombre y su relación con la forma y el espacio arquitectónicos, pero actualmente nos encontramos con la posibilidad de emular algunos sentidos humanos utilizando medios virtuales. Si los sentidos se pueden reproducir a través de computadoras y programas especializados, es posible entonces redefinir la otra arquitectura y el espacio arquitectónico virtuales dentro de los parámetros que el espacio y los sentidos virtuales establezcan, esta ventana de oportunidad ha sido una realidad todo el tiempo dentro de la academia, ya que en ella los alcances siempre se encontraban limitados por la imposibilidad de producir objetos construidos -no importa si anteriormente se desconocía el uso de las computadoras-.

⁸ En el más puro sentido de Erasmo de Rotterdam me refiero a la necedad como locura - Traducido por *Locura* el término latino *Stultitia*, aunque sería más adecuado *Necedad*, pues *Locura* es en Latín, *Insania*-. [9:13]

⁹ “Muy parecido a éstos es el género de los que arden en una insaciable sed de levantar edificios, cambiando continuamente lo redondo en cuadrado, o lo cuadrado en redondo”. [9:67-68]

Primero, ¿Cómo podremos (los profesionales de la arquitectura) teorizar en vez de celebrar o tomar como inevitable, el encuentro de la arquitectura y otros conocimientos particulares? Segundo, ¿Cuál ha sido el lugar de otros conocimientos acerca del espacio construido en la Arquitectura? [8:75] Lo importante alrededor de estas preguntas planteadas por Karen Burns es, desde mi punto de vista, no soslayar el hecho de que, tanto la historia como la teoría constituyen la memoria de nuestro trabajo, y sin ellas la creatividad se vuelve un esfuerzo estéril, donde todo conocimiento ajeno al nuestro se pueda montar sin encontrar de por medio resistencia alguna, es por esta razón que frecuentemente encontramos ejemplos académicos y de arquitectos profesionales que presentan resultados con argumentos o discursos inexistentes, deslavados por un sistema o conocimiento ajeno a nuestra materia.

La disciplina

Las categorías edificación/arquitectura deben ser pensadas dentro de un esquema de clasificación simple; es un espacio construido diseñado por un arquitecto o alguien más, y esto es una guía para preguntarnos si en todo caso ¿El espacio construido es un edificio o es arquitectura? [9:76] Si aceptamos por principio estas categorías nos encontramos de pronto con una situación muy particular, si la edificación es, a diferencia de la arquitectura, un espacio construido -no pensado- y no un espacio arquitectónico, ¿Sería entonces el arquitecto el único individuo con las credenciales apropiadas para proyectar arquitectura? Replanteo la pregunta: ¿una edificación es susceptible de cambiar de categoría con el solo hecho de haber sido proyectada por un arquitecto?

Detrás de estas cuestiones radican respuestas que, más allá de preocuparnos, deberían evidenciar el hecho de que la academia trabaja en un entorno de descargo, donde la validación del objeto virtual y la experimentación a través de los sentidos y su relación con la memoria son los verdaderos protagonistas del trabajo proyectual. Después de todo el laboratorio de arquitectura se configura como un facilitador del acto creativo, no por derecho, sino a través del planteamiento de preguntas, que dependiendo de las fuentes y los criterios, van construyendo conocimientos que se adicionan al trabajo particular de cada arquitecto o estudiante.

Sin embargo, lo anterior no quiere decir que por el hecho de que uno sea estudiante, arquitecto o haya recibido instrucción para serlo, necesariamente encuentre en cada obra -construida o sólo proyectada- resultados que califiquen como arquitectura, más aún, que se configuren como obras manifiesto; digo lo anterior buscando únicamente describir la importancia -de lo que no es importante- de no apurar resultados para evitar a toda costa el trabajo fariseo. Desde el punto de vista de Karen Burns la historia se ha encargado de patentar la obra sobresaliente, pero de una forma parcializada y tendiente a autenticar a la persona incluso por encima de la obra, haciendo a la persona creativa antes que atestiguando el acto creativo en sí mismo¹⁰.

La Arquitectura no debe ser vista como un acto creativo circular¹¹, pues alrededor de ella ocurren numerosos eventos y variables que la transforman, desde su espacio hasta

¹⁰ Una manera de describir la historia de la arquitectura puede ser una "historia de nombres apropiados", recopila e inscribe los nombres de personas identificadas como arquitectos. La definición de la arquitectura en textos escritos por Pevsner et al inextricablemente vinculada a la figura central del arquitecto. En este sentido, la arquitectura es una superficie firmada, no sólo un espacio construido. Los espacios construidos anónimos dentro de éste orden se encuentran vinculados a otras entidades; el sitio, la comunidad, los constructores anónimos, la naturaleza. La arquitectura puede ser relacionada a entidades singulares. La arquitectura tiene nombres (y presumiblemente caras) mientras que la edificación es anónima. La firma de un edificio lo transforma en un objeto individual que constituye su valor. La firma es su prueba de identidad y de individualidad. Los vínculos de los historiadores a un "integrado" detrás de los edificios parece abarcar una gran inversión antes que asegurar un nombre reconocible en función de valorar al edificio como único, y por tanto altamente valioso, propiedad dentro de la economía estética. [8:77]

¹¹ Hago referencia al acto creativo circular, igual que lo hace la poesía cuando nos encontramos frente a obras completas, redondas.

sus significados, desde el desglose literal de un programa hasta la generación de supuestos controles de sistemas, que al final son ideas vacías o intentos poco inteligentes de formar argumentos que al final resultan estériles. El acto creativo es resultado de trabajos superiores, de la mezcla de numerosos eventos, experiencias y variables que se suman, todas ellas, en ese remanso que llamo memoria, el acto creativo es natural, como la respiración, donde los resultados fluyen sin importar si es su origen aleatorio o matemáticamente calculado.

Guadet redujo el programa del ensamble a los elementos de Aire, Espacio y Luz. Sintetizados en medidas adecuadas -absolutamente distintos-, estos elementos de arquitectura iban a catalizar el avance de la ciencia misma. [2:54] Los elementos anteriores describen la materia prima del espacio arquitectónico, descrito anteriormente -si bien no acuñado en la forma en que lo hago en éste texto- por arquitectos e historiadores, dejando claro que, aún cuando exista un acto premeditado en la arquitectura, no es posible auto asignar a un objeto construido la categoría universal de arte, ese es un valor que corresponde al tiempo y principalmente a las sociedades, la obra universal no puede ser -no debería ser- un objeto resultado de un fenómeno mediático.

Las mismas razones que hacían improductivo buscar su lugar dentro de los cánones arquitectónicos sugieren la inutilidad para entender como los laboratorios representaron una mediación particular de nuevos programas y sitios, aunque en un nivel inferior al de la teoría de la arquitectura. [2:56] No es difícil encontrar que la teoría de la arquitectura se encuentre menoscabada en éste siglo, si entendemos la caducidad de las cosas, eventos y modas, es increíble encontrar interlocutores que descalifican las teorías por considerarlas viejas o pasadas de moda -aún cuando jamás se hayan acercado a referencia alguna de ellas- calificándolas únicamente por la fecha de su publicación cuando al mismo tiempo podemos encontrar en los sistemas contemporáneos de proyectación en arquitectura que actualizan eficientemente conceptos tan antiguos como los propios descritos por Vitruvio.

Los arquitectos son usuarios críticos del espacio construido. Como tantos otros están involucrados en articular nuevas posibilidades y construirlas. Estas demandas de la teorización de las practicas existentes, específicamente de los problemas involucrados, y la evidenciarían de como las identidades profesionales se constituyen, y el compromiso de no abandonar las posibilidades del medio construido cotidiano, como un sitio para situar las prácticas políticas. Al final queda tan solo una recomendación casi a manera de rúbrica, si las edificaciones no pueden auto instituirse como obras de arte, y si éste acto en muy pocos casos significará la obra manifiesto del arquitecto o del estudiante de arquitectura, si es real el peso específico de la persona por encima del objeto, por qué entonces presionar al estudiante y al profesionista en el tema de la producción de un lenguaje original, si la historia nos ha demostrado que no es necesaria más que una sola obra para la consolidación de toda una etapa de conocimiento de una sociedad. [10:125-142] No podemos presionar la creatividad cuando lo verdaderamente importante es promover -a través de los laboratorios de arquitectura- el mecanismo facilitador que haga de la creatividad el medio, más no el fin del trabajo alrededor del espacio arquitectónico.

Referencias

- [1] Pevsner, N. (1968). *The sources of modern architecture and design*. Londres: Thames and Hudson, 216pp.
- [2] Eigen, E. (s/a). *The place of distribution: Episodes in the architecture of experiment, in Architecture in the sciences*, USA: Princeton Architectural Press.
- [3] Vitruvio, Marco Lucio (2000). *Los diez libros de la arquitectura*. Barcelona: Iberia, 301pp.

- [4] Rowe, C. (1997). *Autonomy and Ideology, positioning an Avant-Garde in America*, New York: Monacelli press, 304pp.
- [5] Sontag, S. (1961). *Contra la interpretación*. Estados Unidos: Alfaguara, 390pp.
- [6] Casuística. [En línea] Disponible en:
<<http://es.wikipedia.org/wiki/Casu%C3%ADstica>>, consultado: diciembre de 2010.
- [7] Van Berkel, B. y Bos, C. (1999). *The Museum het Valkhof*. Noruega: UN Studio, 199pp.
- [8] McCorquodale, D.; Wigglesworth, S. y Ruedi, K. (2001). *Desiring Practices, Architecture, gender and the interdisciplinary*, capítulo V. Reino Unido: Black Dog Publishing Ltd., 296pp.
- [9] Rotterdam, E. (1508): *Elogio de la locura*. Colombia: La Montaña Mágica, 146pp.
- [10] Wolfe, T. (1981). *Quien teme al Bauhaus feroz*. Estados Unidos: Anagrama, 142pp.

Bibliografía

- Beckmann, J. (1998). *The virtual dimension, architecture, representation and crash culture*. Estados Unidos: Princeton Architectural Press, 359pp.
- Picon, A. y Ponte, A. (2003). *Architecture and sciences, exchanging metaphors*. Estados Unidos: Princeton Architectural Press, 360pp.
- Somol, R. E. (1997). *Autonomy and ideology*. Estados Unidos: The Monacelli Press, 363pp.

Hablando de creatividad

Mtro. Mario A. Grajales Leal
Universidad La Salle Cancún
E-mail: sincronia@prodigy.net.mx

Recibido: Noviembre 3, 2010, Aceptado: Noviembre 18, 2010

Resumen

Crear es un don exclusivo de dioses, fuera de nuestro alcance. Entendemos por creativo: originalidad, distinción y sorpresa. Lo original y distinto puede resumirse en lo extraordinario, que depende siempre del contexto en que se da la respuesta creativa aunado al comportamiento de las distintas sociedades del planeta.

Palabras Clave: Originalidad, intencionalidad, creatividad.

Speaking of Creativity

Abstract

Create is a unique gift of the gods, out of reach. We understand by the creative as: original, difference and surprise. The original and different can be summarized as extraordinary, that it is depending on the context in which the creative response and is given together with the behavior of diverse societies in the world.

Keywords: originality, intention, creativity.

Hay que ver lo bizantino que puede ser la polémica en torno a la creatividad. Empezando por su etimología donde estrictamente hablando –crear– es un don exclusivo de dioses. La verdad es que la creación es únicamente atribuible a una providencia, misma que divina o no divina (no importa), aun está fuera de nuestro alcance.

Dejando a un lado este primer, fútil y teológico, génesis de la palabra, vayamos por donde Einstein aclaró, científica y filosóficamente, que así como nada se destruye, nada se CREA, sino solo se transforma (solo cambia de forma). Y por supuesto que el Hombre transforma el Mundo.

Si, si, lo sé, tal vez somos muy estrictos con la semántica, pues entonces no debiere llamarse creatividad, sino *-transformidad-* o algo así. En realidad, pienso que para ser propios, el termino más adecuado es *-INGENIO* (ingeniar, ingenioso, ingeniosidad. Que deriva del genio). Pero para no ser tan estrictos, concedamos el uso del término creatividad para entendernos aquí.

Entendemos por CREATIVO productos y/o procesos con características "peculiares" y como CREATIVOS (figura 1) a quienes les hacen con frecuencia. En estos casos, "peculiar" significa muchas cosas que podrían resumirse en tres: [2]

- Original en sentido de aparecer como por primera vez y único en su tipo (innovación).
- Distinto en sentido de reforzar lo original, pero sobre todo cuando recurre a un amplio y mayor espectro de posibilidades de procedimiento, a lo que De Bono llama pensamiento latera, [1] o que Jones [2] llama Divergencia, abandonando y

alejándose de las formas lineales, tradicionales y convencionales de procedimiento. (Lo original y distinto puede resumirse en lo *extra-ordinario*).

- Y sorpresa en sentido de causar una inesperada reacción emotiva, precisamente también, por aparecer como una respuesta -inesperada-.



Fig. 1. Charola. [3]

Sin embargo, lo original, lo distinto y lo sorprendente, dependen siempre del contexto en el que se da la respuesta creativa. El contexto, o Marco de referencia, es determinante. Como en muchas cosas, la creatividad es relativa a su contextualización, o marco de referencia. (figura 2).

Es entonces que entendemos así lo que Leibniz dice cuando se refiere a lo Extra-ordinario y al Orden;

“Lo que pasa por extraordinario lo es solo con referencia a algún ORDEN particular establecido entre las criaturas ya que, en cuanto al ORDEN universal, todo es perfectamente armonioso. Ello es tan verdadero que no solo no sucede en el mundo nada que se halle absolutamente fuera de la regla, sino que no se podría ni siquiera imaginar algo que sea tal.” [4]



Fig. 2. Vaso ingenioso. [5]

Ya ahondaremos en esto mas adelante, pero antes hay que mencionar que mucho de lo polémico viene también de si se trae genéticamente heredada o se educa. Lo cual remite a la ya antigua discusión sobre el genio; ¿Se nace o se hace? La creatividad es la genialidad de hoy. Un tanto superada, se ha concluido salomónicamente en que ambas cosas son importantes.

Como en muchas características humanas, para que la genialidad creativa se dé, tanto es lo uno como lo otro. Tanto debe haber una parte biológica adecuada, como un ambiente socio-cultural adecuado para la formación de mentes creativas. Sin embargo, según los estudios más recientes, se ha ido identificando cada vez más las características genéticas, dejando más espacio a las razones ambientales. Al parecer, cualquier genética dentro de lo “normal” es apta para desarrollar los procesos sinápticos

de la inteligencia. En teoría, casi cualquiera tiene la capacidad de ser creativo, aunque en la realidad no parece así. Esto hace recaer mucha responsabilidad a las formas pedagógicas para lograrlo, que confiar solo en la genética.

Para seguir enfocando lo polémico, sucede también, que se le contraponen – opuestos– que en realidad no tienen por qué serlo. Esto hace que se forme la idea de que la creatividad excluye el convivio con otras habilidades, o que si se presentan las otras, la creatividad no. Es decir, si se dice que una persona es creativa (suele suceder con niños), se piensa casi en automático que puede ser poco capaz de ser metódica. O viceversa; que si se es metódico y técnico, difícilmente será creativo. Esto es a nuestro modo de ver, un error que intentaremos demostrar. Por lo contrario, pensamos que es de las habilidades que crece en la medida en que se alimenta de todo y cualquier cosa, en una dieta absolutamente abierta, diversa e insaciable. (figura. 3).



Fig. 3. Cafetería de la New York Public Library. [6]

El hecho es que sin duda es una fascinante operación mental, típica de los humanos aunque algunas otras especies la presenten en dosis mucho menor. Considerada como parte de una función mayor, la creatividad yace en la imaginación [6]. La neurología [7] le sitúa junto a otras funciones como la memoria, y hay que ver lo sutil de la diferencia. En estricto sentido todo lo imaginable es “recordar”. La memoria es otra de las partes que operan desde la imaginación, misma que le definen como la capacidad de re-recrear imágenes de cualquier tipo en nuestras mentes. Imagen remite a lo visual, pero no necesariamente se debe restringir a esto. Las imágenes pueden ser olfativas, táctiles y gustativas, siendo en el mayor de los casos, todas a la vez.

La diferencia entre recordar y creatividad descansa en la **intención** de la imagen recordada. Es decir, en dónde, cómo y para qué estoy re-creando imágenes. Incluso es cuando en base a cometidos, el hombre evolucionó su inteligencia hasta que la **finalidad** (*cometido, meta u objetivo*) se convirtió en lo único capaz de darle sentido a la existencia, aunque el universo aún no acuse algo semejante.

La **intención** implica siempre dar una respuesta ante una situación dada. O sea, dar solución a un planteamiento. Resulta que todo planteamiento suele tener muchas maneras, formas y medidas de encontrar solución. Esta diversidad de procedimientos infiere características distintas a los productos, aunque el planteamiento sea igualmente resuelto. Así lo podemos ver con muchos diseños, por ejemplo, de sillas. Infinidad de ellas dan solución al planteamiento de sentarse, aunque pueden ser muy distintas.

Esta misma diversidad de procedimientos no siempre es concebida igualmente por todos. Los “creativos” son quienes encuentran mayores caminos de solución para un mismo planteamiento.

Algunos abogan mucho por las cualidades positivas de la creatividad, pero no todo lo concerniente a ella lo es; depende de la intención. Hay que saber del mal carácter y perversidad que puede haber en muchos de los genios creativos. Del mismísimo Charles Chaplin se conocen muy malos ratos. Isaac Newton, Beethoven, Miguel Ángel, Napoleón, Neruda, Frank Lloyd Wright, etc. (Cantinflas también). Y es bastante reconocida la inagotable creatividad de los afamados Calígula y Marqués de Sade.

Lo paradójico es que todo lo excitante y emocionante que resultan ser los productos de la creatividad, teorizarla resulta lo contrario. Y el interés de esto radica en la creencia de que escudriñando en sus misterios, podría apoderarse de ella. Pero ya Christopher Alexander entre otros, descubrieron que a veces esto parece resultar contra producente, en forma inhibitoria.

A manera muy particular, en un trabajo de investigación [9] hemos asociado la creatividad y la memoria como contrapesos de la función/capacidad de imaginar, en las que descansan la tradición y la innovación socio-cultural (o vanguardia en el diseño). Una se vale de la memoria para lograr la permanencia y la conservación, mientras que la otra se basa en el cambio; el olvido de como son las cosas, para imaginar cómo podrían ser. Nótese como para la segunda se implica la primera. Sin memoria no sabríamos diferenciar.

En una segunda instancia, se recurrió a la esencia de las teorías de los marcos de Hayes y Barnes-Holmes, y/o a la de sistemas de Von Bertalanffy [10], consistentes en la existencia de socio-sistemas. Resulta que, como los eco-sistemas, son unidades (pequeñas totalidades) formadas de partes interdependientes entre sí, y que llamamos “contextos” o “marcos”. La trasgresión a estos de-limitantes suelen representar brincos creativos, tanto para bien como para mal. Esto último es harina de otro costal, ya que en estricto sentido, la creatividad en sí, no tiene un sentido moral y suele utilizarse en cualquiera sentido (figura 4).

Ayudados luego por otra teoría, la de conjuntos matemáticos, observamos que a pesar de hacer trasgresiones escapistas a los marcos, nos vemos siempre, inmersos en algún marco mayor, en busca del conjunto u (universo); máximo que teóricamente podríamos alcanzar, a menos que creativamente, pudiéramos trascender el Universo.

Así pues, intentamos tener una creativa descripción del comportamiento creativo/conservador de las distintas sociedades del planeta. La importancia de la memoria para lograr fuertes identidades y de la creatividad para lograr vanguardias culturales; y especialmente de las dosis exactas entre ellas, donde la memoria no se convierte en lastre del desarrollo, cualquiera que este pueda ser. Así como también, donde el cambio creativo no vaya arrasando con los rasgos culturales de las culturas.



Fig. 4. Ideas innovadoras para el jardín. [11]

Lo triste del estudio, pero esperanzador, es que nos encontramos dentro de los grupos sociales que se encuentran principalmente adoptando, adaptando, imitando y copiando a los creativos de otras latitudes, en lugar de utilizar nuestro propio potencial creativo.

Referencias

- [1] De Bono E. (1989). *El Pensamiento Lateral. Manual de Creatividad*. Buenos Aires: Paidós Ibérica, 322pp.
- [2] Jones, J. C. (1976). *Métodos de Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, 321pp.
- [3] Fotos chuscas. Charola para mesero. México. [En línea] Disponible en: <<http://fotoschuscas.net/wp-content/uploads/2009/10/charola.jpg>>, consultado: octubre de 2010.
- [4] Wilhelm von Leibniz, G. (1672-1696). Correspondencia matemática, científica y técnica. 6 vols, .
- [5] Ideas ingeniosas. [En línea] Disponible en: <<http://www.dregus.com/f9/ideas-ingeniosas-107132/>>, consultado: enero de 2011.
- [6] Lapoujade, M. N. (1988). *Filosofía de la Imaginación*. México: Siglo XXI, 161pp.
- [7] Cafeteria de New York Public Library. [En línea] Disponible en: <http://bibliotecorsarios.blogspot.com/>>, diciembre de 2010.
- [8] Pinker, S. (1997). *How the Mind Works*. Trad. esp. Cómo funciona la mente.
- [9] Grajales Leal, M. A. (2005). *La Dimensión espacio temporal en la relación entre identidad y creatividad del diseño urbano arquitectónico*. México: Universidad Autónoma de Yucatán. [En línea] Disponible en: <<http://sincroniatheory.tumblr.com/#/576506043>>, consultado: enero de 2011.
- [10] Bertalanffy, L. V. (1950). *Perspectivas en la teoría general de sistemas*. Alemania: Deutsche Universitätszeitung.
- [11] Duque, M. (2011). Open Deco. Muebles España. [En línea] Disponible en: <<http://www.opendeco.es/una-idea-de-lo-mas-barata-para-exterior>>, octubre 2011

La comunicación y la creatividad. Encuentros para la creación

Enrique Cuauhtémoc Arellano Aguilar
Universidad Iberoamericana
E-mail: alevosia99@hotmail.com

Recibido: Enero 13, 2011, Aceptado: Enero 27, 2011

Resumen

La comunicación auxilia en el ajuste de comportamientos; implica intercambio de información, e incide en el diseño de la toma de decisiones, donde los actores organizan su entorno cotidiano, para entablar acciones creativas generadas por las interacciones entre los sujetos.

Palabras Clave: Comunicación, comportamiento, información.

Communication and Creativity.
Meetings for the creation.

Abstract

Communication helps in adjusting behavior, involves the exchange of information, and affects the design decisions, in which actors organize their daily lives, to engage in creative acts generated by the interactions between subjects.

Keywords: communication, behavior, information.

*Más vale que no tengas que elegir entre
el olvido y la memoria entre la nieve y el sudor.
Será mejor que aprendas a vivir sobre
la línea divisoria que va del tedio a la pasión.*
Joaquín Sabina

I. La comunicación en perspectiva.

Para la realización del presente artículo, partimos de la siguiente pregunta: ¿Qué aporta la acción comunicativa a la acción creatividad de las personas?

En este juego de ideas, vamos a explicar a la comunicación desde uno de los planteamientos más innovadores que existen en esta disciplina y que nos va ayudar a explicar los vínculos que existen con la creatividad. [1]

La comunicación es una modalidad de interacción donde participan agentes sociales intercambiando información que les es significativa, esto es, posee un valor relevante en su relación, debido a que auxilia en el ajuste de comportamientos, a través de servirse de la información compartida. [1]

De esta definición podemos rescatar cuatro ideas para ir contestando nuestra pregunta inicial:

1. Información.

Los seres humanos, como otras especies, intercambian información para integrarse a su medio ambiente. Lo hacen como una estrategia de adaptación que los lleva a desarrollar comportamientos eficaces, mediante el ajuste y la modificación de los mismos, en otras palabras, a partir de la retroalimentación.

La comunicación implica *intercambio de información*, que permite a los seres vivos constituirse y regularse a partir de incorporar novedades y redundancias, con esto, se elaboran estrategias de control, o lo que es lo mismo, la capacidad para prevenir las acciones en el futuro. [2]

La información se constituye como una acción selectiva compuesta de un repertorio de posibilidades de elección, que le son significativas y que por lo mismo se ejecutan para mantener el equilibrio del sistema social:

La información no ha perdido por ello la función que hasta ahora ha cumplido de ser un valor de uso destinado a la reproducción social; función que sigue siendo imprescindible para organizar la convivencia a nivel colectivo y privado. [3:14]

La información es un recurso que permite organizar mejor las relaciones sociales, ayuda a reproducir el orden social en el cual nos desarrollamos.

2. Interacción.

La interacción comunicativa es una actividad donde se intercambia información sobre acontecimientos de nuestro entorno. Según palabras de Martín [1] el que tengamos este nivel de interacción es un logro de nuestra especie, que nos ha permitido evolucionar como sociedad. La interacción comunicativa se ubica en el seno de las relaciones sociales y desde ahí actúa en el sentido de la configuración y transformación de la vida social.

3. Ajuste de comportamiento.

La comunicación nos permite relacionarnos a propósito de lo que hay y de lo que pasa en el mundo. Es una condición de la comunicación regularnos ante las necesidades sociales de los demás y las nuestras. Los que no quieran ajustarse a los requerimientos sociales, van a tener constantemente problemas de convivencia y desajustes emocionales. La función central de la acción comunicativa es dar sentido y dirección (significado) al actuar y al convivir con los otros.

4. Información significativa.

Si los actores comunicativos no le dan un sentido, un valor, una guía para la acción a la información difícilmente se generará la acción comunicativa, es por ello que se torna importante entender los intereses y necesidades tanto de ego y alter para lograr que esta acción sea exitosa.

Vivimos en un mundo informado, regulado por acciones. El objetivo de la comunicación es prever acciones y asegurar la eficacia de las mismas. Dotar de significado a las acciones está ligado al hecho de que las personas tienen algunas cosas en común.

Comunicación para el entendimiento

La comunicación constituye un proceso que busca el entendimiento participativo donde se coordinan acciones para reducir los malos entendidos y así evitar tensiones y conflictos entre los actores comunicativos.

La comunicación incide en el diseño de la toma de decisiones, mediante el principio de la negociación que nos lleva a lograr una colaboración para que sea más fácil la ejecución de las acciones y sobre todo evitar problemas. Tenemos entonces, la generación de un consenso un principio moral en el que se ven inmerso los actores de la comunicación, donde existe una aceptación y reconocimiento del otro y de lo otro (otredad).

Existen propuestas como la de Pereda [4] que nos permiten aplicar la comunicación para el acuerdo en situaciones donde existe más de un interés en la forma de organizar ambientes de convivencia. Los puntos de la propuesta son los siguientes:

- Plantear los intereses de las personas.
- Argumentar a favor o en contra de los planteamientos.
- Conciliar los intereses localizando los aspectos comunes.
- Consensuar una propuesta común ("si te parece bien la fecha podría ser y").

Estos planteamientos se aplican cuando se debe corregir un malentendido, un desacuerdo, una incompreensión; es decir, cuando se manifiesta el conflicto.

Lo anterior va acompañado de una serie de procedimientos que ayudan a mejorar la comunicación en este tipo de situaciones:

- a) Argumentar es una reflexión que me dice el porqué, es una explicación sustentada:
 - Lo que se piensa, y respaldarlo ofreciendo pruebas que demuestren que lo que se afirma es verdadero.
 - Su intención es convencer a los demás, dando buenas razones para ello.
- b) Evitar los vértigos argumentales:
 - No minimizar o maximizar al otro. No tomar posiciones polares son demasiado drásticas y casi nunca se justifican.
 - No caer en las tentaciones del poder de la palabra. Es mejor tener la humildad de no ser dueño de la certeza absoluta
 - Ni juzgar, ni sancionar.
- c) Entender para comprender.
 - Comprender es un acto de situarse en el lugar del otro y entender es tener datos que muestren con certidumbre lo que sucede

La credibilidad en la acción comunicativa, tiene que ver con la construcción de una red de asentimientos entre las personas, implica confianza, apoyo de las partes y reconocer que lo que se dice o enseña es verdadero, útil y práctico.

En síntesis, la comunicación es una acción donde los actores intercambian información para organizarse en su entorno cotidiano. Pero para que esa información signifique tiene que estar guiada por una moralidad que busca el entendimiento de todas las partes utilizando todos los recursos que provee la comunicación, como la negociación, la argumentación, el respeto al mensaje del otro, etc. La pregunta ahora, es: ¿qué tiene que ver con la creatividad?

II. La importancia de la comunicación en el desarrollo de las ideas creativas.

Para comenzar el segundo apartado, partimos de las siguientes definiciones de creatividad:

El termino creatividad, en un sentido amplio se puede definir como una forma diferente o divergente de procesar información en la que se establecen una serie de nuevas conexiones que posibilitan el pensamiento creativo. [5:15]

Conforme a los primeros planteamientos del término comunicación, destacamos el sentido que se le da a la información, como la materia prima para entablar acciones

creativas, que generaran conexiones, en comunicación le llaman interacciones, con sujetos que participan en la construcción del producto creativo. En otra parte del texto, las mismas autoras hablan de que el producto creativo contiene novedad. La información, para el pensamiento sistémico, debe de contener novedad para que el mismo sistema se siga reproduciendo.

Otra definición que profundiza la primera idea expuesta entre comunicación y creatividad es la siguiente:

La palabra creatividad tiene su origen en la voz latina creare. De acuerdo con esta derivación la creatividad es ya algo dinámico, es un proceso en marcha y en desarrollo y que lleva en sí su origen y su meta. [6:15]

Cabe destacar aquí la importancia de que la creatividad es vista como un proceso en marcha y en desarrollo, por lo mismo para desarrollar una acción creativa es trascendental que se generen condiciones para construirla y la comunicación nos ayuda a ello.

Artola y Hueso [6] señala que uno de los actores que debe de promover la creatividad son los profesores, los cuales tienen la responsabilidad de fomentar el trabajo creativo con sus alumnos realizando las siguientes acciones:

- Fomentando la empatía.
- Escuchando con paciencia a todos.
- Valorando todas las respuestas a cualquier cuestión planteada por muy inusual que sea.
- Permitiendo la libre expresión en la clase.
- No etiquetando a los alumnos.
- Resolviendo los posibles problemas que se presenten contando con la colaboración de los alumnos.

A modo de cierre

Desde la lógica que hemos estado señalando, para que exista la acción creativa en los individuos, es importante establecer procesos de comunicación, con la finalidad de compartir las ideas y enriquecerlas y que el producto que salga tenga mejores elementos para que cumpla su función.

No es que una persona no pueda tener ideas creativas y sean reconocidas, valorados y utilizadas, pero si se intercambia información con grupos afines y se establece una acción comunicativa bajo la propuesta aquí señalada, la propuesta puede mejorar o en su caso salir más ideas o productos creativos.

Con la comunicación no solamente se logra este tipo de objetivos, también se generan sociedades con más recursos para el manejo de situaciones que pueden verse de conflicto, logrando un entendimiento participativo donde todos aporten y tengan satisfacciones personales, reconocimiento a su trabajo y a su disposición para construir colaborativamente productos creativos.

Bibliografía.

- [1] Martín Serrano, M. (2007). *Teoría de la Comunicación*. Madrid: Mc Graw Hill, 352pp.
- [2] Wiener, N. (1969). *Cibernética y Sociedad*. Buenos Aires: Sudamericana, 180pp.
- [3] Martín Serrano, M. (1992). Los Cambios acontecidos en las Funciones de la Comunicación y en el Valor de la Información. *REIS*. Madrid: CIS, no. 57, enero-marzo, pp. 13-20. [En línea] Disponible en: http://www.reis.cis.es/REISWeb/PDF/REIS_057_04.pdf, consultado: enero 5, 2011.

- [4] Pereda, C. (1994). *Vértigos argumentales. Una ética de la disputa*. Barcelona: Anthropos-UAM-I, 336pp.
- [5] Artola González, T. y Hueso Zambrano, M. A. (2006). *Cómo Desarrollar la Creatividad en los Niños*. Madrid: Palabra, 1a. edic., 2a. imp., 168pp.
- [6] Landau, E. (1987). *El Vivir Creativo. Teoría y práctica de la creatividad*. Barcelona: Herder, 232pp.

Creatividad y Arquitectura

Salvador Flores González
Universidad Politécnica de Madrid
E-mail: xalba.madrid@gmail.com / xalba03@hotmail.com

Recibido: Noviembre 18, 2010, Aceptado: Diciembre 5, 2010

Resumen

La creatividad de los arquitectos, de inicio depende, de ser creativo, se ha manifestando en arquitecturas de papel, como sueños impresos en revistas, o encabezando vanguardias, o en la búsqueda de soluciones prácticas a problemas complejos. La creatividad se evidencia al realizar obras que impresionen, para atraer reflectores o en las que resuelvan la cotidianidad aprovechando recursos regionales.

Palabras Clave: Arquitectura, posmodernidad, vanguardia.

Creativity and Architecture

Abstract

At the start, the creativity of architects depends, of being creative, saying the task is in architecture role, as dreams printed in magazines, or leading avant-garde, or search for practical solutions to complex problems. Creativity is evidence to produce works that impress, to attract the spotlight or to solve the daily advantage of regional resources.

Keywords: architecture, postmodernist, innovation.

Arquitectura y creatividad parece un binomio indisoluble. A nivel social, los arquitectos somos vistos como parte del grupo de profesionales *creativos*, junto a otras ocupaciones que llevan aparejado este calificativo como: diseñadores, publicistas, artistas (de todo índole) y un variado y largo etcétera.

El problema de esta visión radica en que nuestra labor va íntimamente ligada a otros aspectos más *groseros* o realistas y técnicos (cálculo estructural, normas constructivas y de urbanismo, costos de realización, reglamentos particulares y más) que hacen más tangible nuestra labor; y cuyo fin primordial (nos guste o no) es el de construir para habitar espacios reales y tangibles. Habitables por gente común y corriente, de carne y hueso: la “gente” que anda por la calle, tiene problemas varios, enferma, envejece y muere.

Entonces nos preguntaremos, ¿en dónde queda nuestra creatividad? La respuesta es simple, a la vez compleja y muy abierta: depende.

Primero, depende de lo que entendamos por creatividad. Si como tal comprendemos únicamente la que se hace patente en los manifiestos (escritos y/o proyectuales) y propuestas de concurso del *arquitectural star-system* (o “sistema estelar de arquitectura”) nacional e internacional, y de aquellos que mueren por pertenecer a él, flaco favor le hacemos al concepto.

¿Por qué? Podríamos empezar por repasar la historia de la arquitectura de los últimos cien años, y ver cuánto tiempo tomó a las vanguardias arquitectónicas (desde los precursores del Movimiento Moderno de Arquitectura o del constructivismo ruso-

soviético) posicionarse y convertirse en una verdadera opción para el diseño y edificación de nuevos edificios, y se convirtieran en moneda de uso común (más o menos decantados según la habilidad, recursos económicos y técnicos, y la “comprensión” de los clientes) en la arquitectura emblemática de occidente y de ese *extremo occidente* que son las sociedades urbanas de nuestra América (la Latina).

O bien, si no queremos irnos a historias *antiguas*, conviene revisar la trayectoria de alguien tan en boga como Zaha Hadid, que desde sus primeros proyectos-manifiesto (la Residencia para el Primer Ministro de Irlanda, de 1979-1980, o The Peak en Hong Kong, de 1983) hasta sus primeras obras construidas (la estación de bomberos para Vitra, en Weil-am-Rhein, Alemania, de 1994 [1], o los departamentos para él, el IBA¹ berlinés, de 1993) tuvo que esperar una década. A pesar de provenir de la prestigiosa AA londinense y de contar con una fortuna familiar que le permitieron subvencionar su auto-propaganda desde Londres, una ciudad convertida a partir de la segunda mitad de los años ochenta en la metrópoli europea de la multiculturalidad y de la vanguardia, por excelencia.

Cabe acotar, que no estoy, en absoluto, en contra de las vanguardias; pues éstas siempre (desde finales del siglo XIX) han sido el motor de las artes, que nos han permitido soñar en un mundo “mejor”, o al menos, diferente.

Tampoco estoy en contra de que a los futuros arquitectos se les ponga en contacto con ellas y se les ejercite en sus propuestas.

Contra lo que sí estoy es en la visión parcialista con la que se abordan generalmente. Parcial en más de un sentido. Primero, en su enseñanza y manejo en los ámbitos educativo y profesional. Por experiencia (académica y laboral) a ambos lados del Atlántico, he visto como en la mayoría de los casos alumnos, profesores y arquitectos lo manejan más como un lenguaje compositivo que como una propuesta profunda. Asemejándose más a la forma en que nuestras academias hispánicas de los siglos XVIII y XIX (la de San Fernando, de Madrid o la de San Carlos, de México), o bien, la Escuela de Bellas Artes de París, que tanta influencia tuvo en nuestra enseñanza en los siglos XIX y primera mitad del XX².

También, lo parcial abarca la perspectiva con que se maneja. Muchos de los estudiantes de Arquitectura (y arquitectos) que lo hacen, rara vez pueden explicar el por qué de la tendencia en boga y mucho menos la base teórica o histórica de la misma (aún recuerdo al compañero de ruso que justificaba el *Post-modern*³ con un argumento tan peregrino como que “los coches, la ciudad y nuestras vidas son post-modernas...”, tal cual, sin explicar porque o porque no lo eran). Tal parece que tienen implantado el chip de la *fidelidad* extrema a x tendencia, sin cuestionarlo; considerando al resto de la labor arquitectónica de mínima o nula importancia, desdeñando cualquier aportación que pueda realizar.

Entonces, ¿qué pasa con la vida cotidiana en ciudades que no son de vanguardia? Ciudades reales, con edificaciones reales y con gente real.

Ahí es en donde está el principal problema, vivimos y habitamos en sitios reales, tangibles. Y mientras no tomemos a las vanguardias como aspiraciones, promesas, o mejor dicho, como sueños de una ciudad mejor, o al menos, más “fashion”, estaremos desperdiciando nuestra creatividad. Nos quedaremos en la arquitectura de papel, que

¹ IBA = Internationale Bauausstellung, Exposición Internacional de Construcción o Edificación, de Berlín; que se llevó a cabo en 1987

² La formación académica de los arquitectos novohispanos y mexicanos tuvo como referencias la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando, de Madrid, hasta la Independencia; y posteriormente, de la École des Beaux Arts, de París; hasta mediados del siglo XX.

³ Por *Post-modern architecture*.

sirve muy bien para libros o revistas de cuidada manufactura (que por su alto costo van dirigidos a grupos restringidos, al menos en un principio), o que en el mejor de los casos; para exposiciones temáticas, que, dependiendo de la habilidad del *marketing* cultural llegarán o no al gran público y podrán influir.

Así que, ¿la creatividad en arquitectura en dónde queda? ¿las vanguardias o nuevas tendencias no sirven más que para elucubraciones mentales? No, nada más lejano de esto.

La creatividad en nuestra profesión es más compleja y diversa, necesitamos ser creativos con un pie (al menos) puesto en la realidad, la técnica y la economía. Que nos rodean y nos condicionan, a pesar de nuestros pesares. Y esta es una asignatura pendiente para muchos arquitectos.

Siempre he sido de la idea, aprendida de varios profesores en varias universidades y aprehendida por la experiencia propia y de varios colegas, de que lo más difícil es proponer nuevas soluciones, simples y prácticas a problemas complejos. De esta ecuación es de la que han surgido muchas de las propuestas y obras arquitectónicas que hoy nos impresionan, y también esas pequeñas joyas de arquitectura cotidiana; que hecha por arquitectos o por legos, podemos encontrar salpicando nuestras ciudades.

Por ello, el situarnos en nuestra realidad, la que nos rodea en el día a día. Para un país que se debate entre la modernidad extrema y lo más tradicional, el debate está servido. ¿Cómo aprovechar la formación contemporánea de nuestros arquitectos y diseñadores en un entorno en el que sobreviven oficios y profesiones tradicionales que aprovechan los recursos de la región con poca ayuda de la tecnología? He aquí en donde se encuentra una veta a desarrollar por nuestra creatividad.

Desde los carpinteros y ebanistas, hasta los canteros y albañiles de calidad que existen en nuestro entorno, así como materiales de construcción de lo más variado, pueden permitir a nuestra arquitectura enriquecerse. No es nada nuevo, ya en la última mitad de la década los cuarentas se hizo con la Ciudad Universitaria (hoy Patrimonio de la Humanidad), [2] o la arquitectura de Luis Barragán y la Escuela Tapatía, que no renunciaron a ser contemporáneas, ni a utilizar materiales contemporáneos e industrializados, a la par que utilizó mano de obra y materiales propios de la geografía de la zona, creando una mezcla propia⁴.

Desperdiciar esta veta, significaría empobrecernos, condenar a los oficios tradicionales de la construcción a la extinción segura y a una mengua en la calidad de nuestra construcción, e incluso de la calidad de nuestra arquitectura. El reciente caso de España lo atestigua; ha destruido gran parte de sus oficios tradicionales de construcción (y de otras áreas más), la construcción se convirtió en un mero negocio especulativo que, además de generar la tremenda crisis que hoy se sufre, degradó los oficios de la construcción (ejercidos por gente sin experiencia alguna) amparados en la proliferación de prefabricados (de diversa calidad) y dejó a los arquitectos en manos de los “promotores inmobiliarios”, quedando la ciudad a la expensas de ellos (interesados más en el beneficio económico inmediato) y sirviendo como consuelo (para la propia conciencia, la vista y la cultura arquitectónica) algunas obras emblemáticas que sirven para atraer los reflectores pero que no han modificado en realidad, ni la calidad de la arquitectura cotidiana española ni la calidad de vida (referida a los espacios arquitectónicos) de los españoles.

⁴ Basta revisar la página de la UNESCO en la cual nos habla al respecto: “El urbanismo y la arquitectura de la Ciudad Universitaria de la UNAM constituye un ejemplo sobresaliente de la aplicación de los principios de la modernidad (arquitectónica) del siglo XX entremezclada con elementos provenientes de la tradición mexicana prehispánica. El conjunto se ha convertido en uno de los iconos más significativos del urbanismo y la arquitectura modernos en América Latina, reconocido a nivel universal”. [3]

Por lo que, si de algo nos puede servir esta experiencia, cercana culturalmente y por el momento histórico que se vive⁵, vale la pena apostar por nuestra creatividad (un punto en el que los mexicanos somos fuertes), en particular en la arquitectura. Ser contemporáneos o modernos, abrírnos a lo que hay más allá de nuestras fronteras, pero sin dejar de lado lo que tenemos en casa y que nos puede servir para continuar una tradición de arquitectura contemporánea, vanguardista y a la vez anclada a la tierra en la que estamos.

Referencias

- [1] Zahad Hadid Architects. *Estudio*. [En línea] Disponible en: <<http://www.zaha-hadid.com/projects>>, consultada el 7 de noviembre de 2010.
- [2] UNESCO. (1997). *La Ciudad Universitaria de México fue declarada "Patrimonio de la Humanidad"*. Reunión del Comité del Patrimonio Mundial, Christchurch, Nueva Zelanda. [En línea] Disponible en: <<http://whc.unesco.org/en/list/1250>>, consultado: noviembre 8 de 2010.

Bibliografía

Frampton, K. (2009). *Historia crítica de la arquitectura moderna*. Barcelona: Gustavo Gili, nueva edic., 448pp.

De Anda, E. X. (2009). *Historia de la arquitectura mexicana*. Barcelona: Gustavo Gili, nueva edic., 276pp.

Rincón, P. (2010). Ciudad y vivienda en el siglo XX en Alemania. *Revista Urbanismos*. no. 3, Santa Fe de Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Artes. Maestría en Urbanismo. [En línea] Disponible en: <http://www.facartes.unal.edu.co/portal/publicaciones/urbanismos/urbanismos3/Ciudad_vivienda_SXX_Alemania.pdf>, consultado: noviembre de 2010.

⁵ Por la situación de México como uno de los dos países "industrializados recientemente" en el continente americano (junto con Brasil), su incremento en el PIB (11a. economía mundial) y reciente crecimiento de una "clase media", según estándares propios (nada que ver con el estándar estadounidense que hemos manejado siempre), que nos ha convertido en un país de clases medias; nos pone en una situación semejante a la España posterior a la crisis de 1993-1998.

Creatividad Democrática

Mtro. L. Ricardo Carranza L.
E-mail: rc@anonima.com.mx

Recibido: Noviembre 8, 2010, Aceptado: Noviembre 24, 2010

Resumen

La creatividad es un trabajo constante, es producir respuestas inesperadas; esta en las cosas comunes de la vida diaria; la tarea esta en profesionalizar la creatividad, ya que crear es algo metódico, un trabajo constante.

Palabras Clave: Democracia, método, laboratorio.

Democratic Creativity

Abstract

Creativity is a constant work is to produce unexpected responses, is in the common things of everyday life, the task is to professionalize the creativity, as is another thing, methodical, steady occupation.

Keywords: democracy, method, laboratory.

Premisa

La creatividad como el resultado de un constante cuestionamiento ante las cosas que nos rodean en la disciplina que practicamos o en la misma vida.

La creatividad es trabajo constante.

Para poder "crear" antes hay que estar organizado. Si no se está organizado es imposible ser anárquico.

Definición

La creatividad es encontrar soluciones únicas o diferentes a las que ya existen. Hacer cosas originales, novedosas, no tradicionales.

Producir respuestas inesperadas.

Desarrollo

Estamos ante un planteamiento que nos dice que la creatividad no es nada fuera de este mundo ni exclusiva de seres humanos sobre o superdotados.

La creatividad está en las cosas comunes de la vida diaria.

Desde un despertados –en su momento fue una solución creativa- hasta un destapacorchos.

No es más creativo el que hace cosas artísticas sino el que ayuda a que la vida diaria sea más fácil.

Por tanto, sí es un estado que todos podemos desarrollar; la tarea está en conseguir profesionalizar la creatividad.

Un claro ejemplo sería un Laboratorio de Creatividad. Un espacio de trabajo donde se pueda trabajar en esto. Dónde pueda haber intercambio de ideas entre sujetos que estén en un mismo nivel creativo.

Dónde se dialogue y cuestione sobre conceptos como la evolución, las sensaciones, el origen de las cosas, se reflexione, se experimente...

Sí, crear es algo metódico. Es cuando se rebasa ese estado rígido, el momento en que se trasciende, se asciende de nivel y podemos -permitirnos- ser anárquicos.

- Un científico es un ser creativo (nivel metódico; prueba y error)
- Un pintor es un ser creativo (nivel anárquico)

¿Por qué creatividad democrática?

Porque es algo que toda persona puede desarrollar, mientras haya como respaldo: trabajo constante.

Citando una frase dicha por el pintor malagueño Pablo Picasso...

"Que la inspiración te coja trabajando"

...podemos entender mejor. No se es creativo por inspiración divina o por nacer con cualidades especiales.

Sí hay niveles de creatividad, pero ser creativo es algo más terrenal de lo que se piensa.

Citar el ejemplo de cómo se desarrollan los guiones cinematográficos:

- Se sobrescribe (lluvia de ideas)
- Se consigue una idea matriz.
- Se hace un argumento de frases cortas que describan esa idea matriz.
- Se ordenan en una escaleta básica.
- De cada punto de la escaleta básica se sacan tres más que son secuencias.
- Se obtiene la escaleta secuencial.
- Se traducen esas secuencias de forma literaria en un tratamiento.
- Se inicia el guión cinematográfico.

