
EL DESARROLLO DEL PENSAMIENTO CREATIVO DURANTE LA FORMACIÓN ACADÉMICA DE LOS DISEÑADORES.



Autores:

Mtra. Norma Elena Castrezana Guerrero

Docente de Tiempo Completo de la licenciatura en diseño gráfico BUAP
elencore@yahoo.com.mx

LDG Gladis Janeli Salazar Crispin

janelisac10@gmail.com

INTRODUCCIÓN

Se ha considerado por tradición y convención al diseñador gráfico como un sujeto creativo debido a las actividades propias de la disciplina. En el campo laboral, práctica profesional y en los perfiles de ingreso de las instituciones educativas aparece como un requisito o característica propia.

De igual forma que el pensamiento creativo se hace presente en el diseñador en un momento de inspiración, en relación con lo antes mencionado Fuentes (2005) opina que existe una convicción muy acentuada de que la creatividad aparece mágicamente en la cabeza de diseñadores privilegiados, sin embargo, está evidenciado que no es así, cabe aclarar que el diseñador tiene esta habilidad partiendo del hecho de que el ser humano es creativo por naturaleza, no obstante, es importante mencionar que esta habilidad es de diferente nivel en cada individuo y su evolución depende de las oportunidades que se le brindan para crecer.

De la Torre (1999) enuncia que la originalidad es un atributo de la creatividad, es lo que permite saber cuándo un objeto es creativo. Gil (citado en Calvera, 2007) expresa en su intervención en el libro "Lo bello de las cosas" que la mentalidad del diseñador tiene dos razones fundamentales que lo incursionan en la búsqueda de la originalidad. La primera el deseo de destacarse de entre los demás y la segunda el no querer generar respuestas ya conocidas. Shaughnessy (2005) afirma que la originalidad no inquieta a la mayoría de los diseñadores, pero al resto les obsesiona

su búsqueda incesante, sin embargo, la práctica pone en duda si realmente la buscan.

Soltero (2007) menciona que la mayoría de los diseñadores se rehúsan a desarrollar una investigación visual y análisis teórico con tal de que no se juzgue, que lo que realizan no es original o parecido a lo que otros hacen, también algunos otros diseñadores están inmersos consciente o inconscientemente dentro de una moda –tipografía, recursos ilustrativos o gamas cromáticas- por mencionar algunos y por esta razón evitan proponer respuestas con un grado creativo. Ortega (1987) cita "en arte, es nula toda repetición", es decir, el resultado que se genera si es parecido a otro, resulta irrelevante.

Sin embargo la creatividad es absolutamente necesaria para el buen desempeño laboral del diseñador lo que se traduce en proyectos novedosos de alto nivel y calidad, de tal forma que dada la responsabilidad profesional del diseñador asimismo las exigencias sociales en un entorno competitivo es elemental la forma en cómo la define, potencializa y emplea para brindar soluciones gráficas conceptual y formalmente creativas que atiendan problemas visuales específicos y aporten resultados eficaces. De lo anterior se desprende entonces, que la creatividad se convierte en un tema de relevancia para ser considerado en la formación académica y por los formadores, al exhibirse que si es posible ejercitarla por lo tanto puede ser potencializada.

Caso: BENEMÉRICA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

En la licenciatura en diseño gráfico de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla se realizó un estudio exploratorio a cargo de una estudiante de tesis, en los cuatrimestres 5º y 7º del modelo Fénix en el año de 2009. Con el objetivo de identificar la forma y recursos con los cuales los estudiantes incorporaban el pensamiento creativo cuando llegaban a la solución visual. El taller de diseño gráfico III y V fueron las asignaturas observadas durante su proceso de diseño y solución final.

Se identificó un alto grado de recurrencia en las ideas propuestas por estudiantes del mismo cuatrimestre en diferentes secciones, observando que al realizar un proyecto cumplían pobremente con cada una de las etapas del proceso de diseño, la mayoría desconoce técnicas para la creatividad por lo que en consecuencia no las emplean, por lo tanto pasa desapercibida la fase creativa donde se lleva a cabo la generación de ideas y donde se obtiene la idea rectora del proyecto.

En una visión a los antecedentes epistemológicos del sistema de educación en México, se evidencia una serie de acciones cognitivas basadas en la memorización de contenidos y reproducción de conocimientos lo que de alguna manera frena el desarrollo de la creatividad.

“ Sefchovich y Waisburd (1987) afirmaron en su momento que el objetivo del sistema educativo es crear “seres producto”, es decir, individuos que solo memoricen una gran cantidad de información que al no ser racionalizada no les es útil para su vida posterior. ”

Al respecto De Bono (1999) puntualiza que la educación que recibe el estudiante es una educación comunicativa, no creativa. Acha (2009) menciona que la mayoría de las instituciones educativas sólo les interesa impartir conocimientos y es mínimo el interés que tienen los docentes por el aprendizaje de los alumnos, que cada día es más bajo. Por otro lado Hernández (2009) opina que algunos maestros solo se dedican a dictar los temas e indicar la página del libro que el alumno debe copiar.

Los docentes desempeñan un papel protagónico en el aula si no influyen en los estudiantes para que encuentren una única solución a un problema, un ejemplo de ello es que si en el examen no responden las preguntas de forma idéntica a la cita textual del libro, el profesor anula la respuesta, esto ha provocado que los estudiantes a lo largo de su preparación básica y media superior estén en espera de instrucciones y formen una actitud sin iniciativa, conformista, sistematizada, desinteresada, poco reflexiva, pesimista con el único fin de dominar la información de memoria y la transcripción fiel de los datos para obtener una calificación aprobatoria.

Lamentablemente esa forma de aprender y por consiguiente de actuar se convierte en un hábito repetitivo aun cuando inician y continúan en su formación durante la educación superior.

En el caso de la licenciatura en diseño gráfico de la BUAP, similar con otras instituciones que ofertan la carrera, se solicita entre otros requisitos de ingreso tener una actitud creativa, la cual permitirá al estudiante acceder al curso con éxito y desempeñarse óptimamente a lo largo de la formación universitaria, también el perfil de egreso

precisa que el alumno al finalizar su preparación deberá tener los conocimientos específicos de procedimientos para elaborar **propuestas creativas de diseño** como solución a problemas de comunicación visual.

Antes de continuar es preciso señalar que el estudiante de diseño gráfico puede ser particularmente creativo o perfeccionarse mientras cursa su instrucción académica no obstante se identificó que los estudiantes no tienen claro el concepto de creatividad ni la importancia que ésta juega durante su formación, ignorando que pueden valerse de técnicas y ejercicios que desarrollen su pensamiento creativo.

Otro factor que influye en la forma de resolver de los diseñadores, es el uso excesivo de internet y de la computadora, se interesan más por las herramientas que ofrecen los softwares de diseño que por la finalidad de experimentar y crear. Hay que tener en cuenta que no solo es un problema del estudiante si no que probablemente es compartido con algunos profesores.

Fuentes (2005) menciona que los diseñadores en general no tienen el mayor interés de saber cómo funciona el proceso creativo, al no precisar los objetivos, condicionantes, la información necesaria y el contexto concreto del problema que hay que solucionar.

Gil (2007) comparte la preocupación por no generar resultados que muestren un mínimo valor creativo, y propone enfrentar el trabajo de diseño dentro de

parámetros que permitan de forma honesta encontrar soluciones a los problemas de comunicación.

Hasta la fecha existe un número significativo de material bibliográfico en donde se encuentra suficiente información que puede ayudar a potencializar la creatividad del individuo, sin embargo, dicha información es muy general, para el enfoque del área del diseño gráfico.

Durante la observación realizada a los grupos de estudio seleccionados, se pudo identificar una tendencia a presentar el mínimo de bocetos, los cuales en su mayoría fueron digitales, sin secuencia en el proceso de diseño, los estudiantes calificaban a sus soluciones de "generación espontánea", al declarar que fueron el resultado del tiempo libre o asignado a su carga de trabajo escolar.

A continuación se muestran las acciones identificadas en las fases del proceso de diseño de los grupos (A y B).

Las observaciones realizadas, identificaron que los alumnos reciben las indicaciones para realizar el proyecto con una participación pasiva, están en espera de instrucciones, lo que reduce su tarea de investigación. El análisis y selección de los datos recopilados fue pobre; al momento de generar ideas en una clase, las técnicas creativas se utilizaron en un grupo, a través del esquema de pescado, contra el otro grupo que utilizó la lluvia de ideas como técnica, sin embargo en los dos grupos encontraron difícil la tarea de definir la idea rectora.

Tabla 1. Acciones identificadas en el proceso de diseño de los grupos A y B, 2010, Elaboración propia.

| PROCESO DE DISEÑO GRUPO A | | | | | |
|------------------------------------|--|------------|---|---|---|
| No. | Acciones a evaluar | Evaluación | | | Observaciones |
| | | B | R | M | |
| PROBLEMA | | | | | |
| 1 | Asistencia del grupo el día que se dan las indicaciones para realizar el proyecto. | X | | | |
| 2 | Atención a los estudiantes al momento en que el profesor da las especificaciones del proyecto. | X | | | |
| 3 | Participación activa del grupo durante la clase: preguntas, comentarios referentes al tema que se trabajará. | | | X | Están en espera de instrucciones, sólo hacen anotaciones. |
| ECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN | | | | | |
| 4 | Respuesta del grupo ante tareas de investigación. | | X | | Mínimo interés de investigación. |
| 5 | Grado de profundización de la investigación del tema del proyecto. | | X | | No investigan profundamente. |
| ANALIZAR Y ORGANIZAR LA INF | | | | | |
| 6 | Respuesta del grupo ante prácticas que incluyen la actividad de organizar y jerarquizar información. | | X | | |
| 7 | Capacidad de los alumnos para efectuar la tarea de analizar, identificar y seleccionar información. | | X | | Al no investigar profundamente no cuentan con suficiente información para analizar/selec. |
| 8 | Capacidad de los alumnos para efectuar la tarea de clasificar, caracterizar, jerarquizar información en clase. | | X | | |

| DETERMINACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE OBJETIVOS | | | | | |
|---|--|-------------------|---|----------------|--|
| FASE CREATIVA | | | | | |
| 9 | Respuesta del grupo ante tareas de expresión oral: lluvia de ideas en esquema de pescado. | X | | | |
| 10 | Capacidad del grupo para generar ideas en clase. | | X | | Generan las ideas pero no las enriquecen o perfeccionan. Se quedan con las primeras. |
| 11 | Capacidad de los alumnos para efectuar la tarea de realizar bocetos durante clase. | | X | | Presentan en promedio de 3 a 5 bocetos |
| 12 | Grado de evolución desde los primeros bocetos hasta el final. | | | X | No hay evoluciones significativas y llegan a improvisar con una nueva propuesta para la entrega. |
| REALIZACIÓN DE SOLUCIÓN | | | | | |
| 13 | Capacidad de los alumnos para efectuar la tarea de interpretar información del código lingüístico al visual durante clase. | | X | | |
| 14 | Capacidad de los alumnos para efectuar la tarea de codificar en lenguaje gráfico. | | | X | |
| 15 | Capacidad de los alumnos para efectuar la tarea de establecer, demostrar, plantear argumentos o propuestas. | | | X | Algunos alumnos a pesar que realizaron el esquema de pescado no encontraron las ideas rectoras. |
| 16 | Capacidad de los alumnos para efectuar la tarea de aplicar, utilizar conocimientos o herramientas de diseño. | X | | | |
| 17 | Capacidad de los estudiantes para argumentar la solución gráfica. | | | X | No tener clara la idea rectora causa no saber argumentar. Su argumento es como una historia. |
| B: Bueno | | R: Regular | | M: Malo | |

CONCLUSIONES

Es importante determinar en las demás generaciones sus conocimientos en relación al concepto de creatividad, su relevancia y la forma de vincularla dentro del proceso de diseño.

Se debe implementar en la práctica del currículo el desarrollo y dominio de las técnicas de creatividad que beneficien la generación de ideas y su aporte significativo de las otras asignaturas. Para que los estudiantes lleven responsablemente las fases de su proceso de diseño y logren propuestas visual y funcionalmente creativas.

También se debería incluir en los formatos del plan de trabajo en las asignaturas, antologías y fuentes de referencia que apoyen a los estudiantes para mejorar su desarrollo del pensamiento creativo.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Acha, J. (2009). Introducción a la teoría de los diseños. México: Editorial Trillas.

Calvera, A. (2007). De lo bello de las cosas: materiales para una estética del diseño. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

De bono, E. (1999). El pensamiento creativo, el poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas. México: Paidós.

De la Torre, S. (1999). Creatividad y formación. México. Editorial Trillas.

Fuentes, Rodolfo (2005). La práctica del diseño gráfico: Una metodología creativa. Barcelona: Editorial Paidós Ibérica.

Gardner, H. (1994). Estructuras de la mente. La teoría de las inteligencias múltiples, volumen 2.

Gardner, H. (1998). Inteligencias múltiples. Paidós.

Ortega y Gasset, J. (1987). La deshumanización del

arte y otros escritos. Barcelona: Espasa Libros S.L.U.

Sefchovich, G. y G.Waisburd (1987). Hacia una pedagogía de la creatividad, expresión plástica 2da. Edición. México: Editorial Trillas.

Shaughnessy, A. (2005). Cómo ser diseñador gráfico sin perder el alma. (2ª ed.), (ed.rev) New York: Index book

Soltero, S., Ensayo crítico sobre la enseñanza del Diseño Gráfico en México, 2007 [en línea]: <http://www.odiseo.com.mx/bitacora-educativa/2007/10/ensayo-critico-sobre-ensenanza-diseno-grafico-mexico> [Recuperado el 17 de marzo de 2010].

Sternberg, R. J. (2005). Creatividad e inteligencia. CIC Cuadernos de Información y Comunicación, (10), 113-149.