

La creatividad en el campo del diseño

Creativity in the field of design

Eduardo Ramos Watanave*

Profesor-investigador de la Licenciatura en Diseño Industrial adscrito al Departamento de Investigación y Conocimiento, de la Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco, es editor de las revistas de investigación en diseño Taller Servicio 24 Horas y Cuestión de Diseño, cuenta con estudios de posgrado en diseño de la División de Ciencias y Artes para el Diseño de la Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco.

Resumen

En el campo de conocimientos del diseño existen fuertes exigencias para el desarrollo del pensamiento creativo y un trabajo constante para generar soluciones distintas a las existentes habitualmente, por lo cual se torna fundamental la realización de ejercicios enfocados al rompimiento de paradigmas, alejamiento de lo convencional, relación de conceptos, entre otros para despertar la imaginación, motivar la fantasía, reestructurar la intuición, promover el pensamiento lateral. En este escrito se tratan algunas nociones fundamentales y aspectos técnicos que ayudan al diseñador en la proposición de soluciones de diseño creativas.

Palabras clave: Creatividad, alejamiento, imaginación, intuición

Abstract

In the field of knowledge of design there are strong demands for the development of creative thinking and constant work to generate solutions different from the usual ones, which is why it is essential to carry out exercises focused on breaking paradigms, moving away from the conventional, relationship of concepts, among others to awaken the imagination, motivate fantasy, restructure intuition, promote lateral thinking. This paper deals with some fundamental notions and technical aspects that help the designer in the proposal of creative design solutions.

Keywords: Creativity, distance, imagination, intuition

Para proponer ciertas posibilidades futuras necesitamos ocupar la creatividad deliberada. No hay manera alguna de probar que estas "posibilidades" sucederán; pero conocerlas enriquece nuestra gama de conceptos futuros. Además, la planificación y la toma de decisiones que se basen en estos conceptos enriquecidos serán más flexibles. No se debe cometer el error de elevar las posibilidades a la categoría de certezas, sino otorgarles cierto valor como posibilidades.

(De Bono, Edward. "El pensamiento creativo", Paidós Plural, Barcelona, 1999, pág. 61)

Introducción

¿Cuáles son las determinantes que hacen crecer las facultades creativas?, algunas investigaciones concuerdan en colocar a la libertad de pensamiento como eje central en el proceso creativo; liberarse de los hábitos, o simplemente ser intuitivo y "echar a volar la imaginación". Es fácil decir, hay que ser creativo ¡pero, cómo poder lograrlo!, ¿en realidad se plantean efectivas todas aquellas técnicas y métodos que se encaminan a mejorar las propuestas que se realizan cotidianamente? Sin duda la importancia actual que tiene la originalidad es relevante, pero los diseñadores no debemos caer en una tendencia o moda de requerir hacer cosas distintas sólo por hacerlas, la creatividad, innovación y originalidad en los productos debe responder a necesidades actuales y reales; asimismo también es conveniente anteponer a los intereses comerciales las problemáticas sociales.

La ética del diseñador debe expresar compromiso con quienes trabaja (otras disciplinas) y para quienes produce (la sociedad), la importancia del crecimiento creativo en el diseñador no puede limitarse a realizar propuestas aisladas, debe en esencia sustentar la propuesta de diseño e integrarla de manera significativa en el campo de acción. Evidentemente el trayecto que le corresponde seguir al proceso creativo no tiene estándar ni norma, cada quien consigue alcanzar sus propósitos en la medida que cada quien se emplee y empeñe en lograrlo, partiendo sí de un planteamiento concreto que muestre la veracidad de las distintas técnicas, métodos y mecanismos que promueven la creatividad.

Como podremos observar en las siguientes líneas, el punto de partida para cualquier método creativo es el planteamiento del problema a solucionar, lo cual indica que para poder generar soluciones creativas, es importante de inicio saber qué se quiere lograr y de dónde se parte

para esa aventura; de otra manera se logrará seguramente lo que otros ya han alcanzado y se podrá ser tan original como el Tequila fabricado en Japón o tan creativo como la caja rectangular de cartón para regalos de navidad.

Los más empleados

Dentro de las múltiples actividades que desempeña el diseñador existen algunas que se caracterizan por plantearse propositivas, éstas en teoría deben tener amplios márgenes de originalidad, creatividad e innovación. Dicho lo anterior, es costumbre que los creativos de la forma expresen y experimenten sus propuestas a partir del chispazo, la genialidad o la inspiración, sin embargo la aparición de éstas en un momento preciso establecido con anterioridad, muestra severas dificultades. En gran cantidad de ocasiones los diseñadores podemos dar soluciones a múltiples problemáticas sin saber con precisión de donde provienen dichos remedios. En otros tantos momentos nos sentamos y nos predisponemos para realizar un trabajo creativo pero las ideas no fluyen con la dinámica que quisiéramos. Lo que sucede es que cuando tenemos una buena cantidad de ideas y originales, generalmente no tenemos para que aplicarlas; mientras que, cuando las requerimos en abundancia suelen brillar por su ausencia. Bueno sería adquirir la costumbre de concentrar en algo y mediante algo las ideas que aparecen en momentos y que no son requeridas, de esta manera contaríamos con una cantidad considerable de propuestas cuando las ideas no fluyen como se necesitan. Ese algo puede ser desde una hoja de papel, hasta una pantalla digital, pero lastimosamente la falta de disciplina en el diseñador, genera en la mayor parte de las ocasiones mucha pobreza creativa e innovación en las propuestas formales; y ni hablar de la originalidad para la cual se requiere de un esfuerzo considerablemente mayor.

Un problema significativo en el trabajo del diseñador y que se adhiere a la reflexión anterior es: cómo se puede ser más creativo, o cómo se puede incrementar la creatividad. Existen una buena cantidad de métodos, técnicas y mecanismos que tienen ese fin, algunas enfocadas a la creatividad individual y otras a las de grupo, por ejemplo, una de las más populares, es la técnica del "Brainstorming" o "tormenta de ideas", que se desarrolla principalmente para trabajo en grupo, en donde todos los integrantes dan propuestas sin importar de inicio la calidad y viabilidad, y sí la cantidad y diversidad. Las sesiones de "Brainstorming" se despliegan típicamente en tres etapas fundamentales:

La primera consiste en el descubrimiento de hechos, para lo cual es necesario tener identificado con precisión el problema que debe resolverse, en ciertas ocasiones es conveniente descomponer al problema en subproblemas, esto sucede cuando lo que se pretende solucionar es muy complejo, de esta forma el trabajo se convierte en tareas más sencillas y productivas; la segunda etapa refleja el encuentro de ideas, en donde es preciso respetar al menos cuatro reglas importantes; una es que no debe existir censura, sea esta crítica expresa o autocrítica; otra es que las ideas deben ser lo más extravagantes, raras o extrañas que permita la imaginación; una tercera es que la producción de ideas debe medirse cuantitativamente y nunca cualitativamente; finalmente la cuarta regla queda referida a la producción del grupo y asociación de las ideas expresadas en la sesión, ya que de esta manera pueden producirse pensamientos con mayor fertilidad y posibilidad de entrecruzamiento que superan en buena medida la simple suma de ideas.

A pesar de que una verdadera autoridad en el ámbito de la producción creativa, como lo es Edward De Bono, expresa la decadencia de esta técnica, el surgimiento de muchas otras retoman algunos de los principios fundamentales del propio "Brainstorming" o de la teoría de la "Sinéctica", incluso algunas que el mismo propone como por ejemplo: las técnicas de movimiento o las de provocación.

Otros métodos muy populares son los asociados a la teoría de la Sinéctica; en general esta teoría se fundamenta en la unión de elementos distintos que son en apariencia irrelevantes, y se caracteriza por ser principalmente operacional. Ésta usa los mecanismos psicológicos que el hombre elabora antes de realizar acciones conscientes cuando realiza sus actividades creadoras.

El origen de la Sinéctica se sitúa en un grupo de seis investigadores de Cambridge, que desde 1944 se autodenominan "Synectics". "Synectics" trabaja actualmente sobre todo para la industria, y basa su éxito, permanencia e interés en la efectiva solución de problemas con propuestas originales y novedosas. El propósito final de los estudios de este grupo, es el descubrimiento de los mecanismos psicológicos básicos de la actividad creadora del hombre. Gran parte de la gama tan amplia de soluciones que puede dar el grupo "Synectics", está basado en la propia diversidad formativa que tienen sus integrantes, el grupo de investigadores son en realidad un conjunto interdisciplinario, con formación en las áreas de la física, mecánica, biología, geología, comercio y la química.

La investigación de la Sinéctica se encuentra determinada bajo las siguientes premisas: 1. El proceso creativo en el ser humano es concreto y además la claridad descriptiva debe ser suficiente como para poder enseñar la metodología en favor del aumento y producción del trabajo creativo. 2. Los procesos psíquicos que emplea el ser humano para la realización de trabajos creativos son igualmente aplicables tanto para las ciencias como para las artes. 3. Tanto las labores creativas individuales como las colectivas presentan afinidades directas.

La teoría de la Sinéctica tiene al menos tres premisas importantes en las cuales fundamenta su operatividad y vigor; éstas son: 1. Las personas podemos aumentar significativamente nuestra potencialidad creativa, si comprendemos correctamente los procesos psicológicos de los cuales se emanan las soluciones que damos; 2. El componente emocional y el irracional, son más importantes en el proceso creativo, que el racional y el intelectual; 3. En la solución creativa de problemas, lo que se debe comprender, son los componentes irracionales y emocionales del ser humano.

Los mecanismos generales de la Sinéctica quedan agrupados en tres conjuntos principales:

1. El de juego con palabras, significados y definiciones. Éste funciona cuando se traspone un problema específico de invención en una palabra clave o supuesto.
2. El juego de alterar una ley o principio científico fundamental. En este grupo se utilizan las leyes instituidas o se establecen las condiciones que en la normalidad ocurrirían; es posible como muestra, partir de la ley de la gravedad preguntándose, ¿cómo hacer para que la ley o principio quede invalidado?, por ejemplo: ¿cómo se puede hacer para que un objeto caiga hacia arriba? Unas respuestas posibles son, colocándose de cabeza, moviendo al resto del mundo hacia abajo o colocando gas helio al objeto.
3. El juego con metáforas. Tratar un problema para su solución de manera metafórica, suele ser muy ventajoso en el trabajo creativo, ya que lo que en condiciones conocidas puede ser contradictorio o conflictivo, en condiciones aparentemente anormales puede ser muy armónico, original y produc-

tivo. De esta manera el trabajo creativo intensifica su producción y se desvincula de las tradiciones y cotidianidades que son buenas limitantes para el proceso.

Finalmente en la teoría de la Sinéctica el desarrollo debe incluir dos criterios importantes: 1. volver conocido lo extraño y 2. volver extraño lo conocido. Para hacer conocido lo extraño es sustancial la comprensión del problema, encontrando la mayor parte de sus derivaciones y cimientos, para esto no hay otro camino mas que el proceso analítico de separación y desmenuzamiento. Para volver extraño lo conocido, la Sinéctica plantea cuatro mecanismos que son en esencia de carácter metafórico:

1. La analogía personal.
2. La analogía directa
3. La analogía simbólica.
4. La analogía fantástica.

La analogía personal, representa la acción de cambio de hábito del investigador por el del fenómeno, objeto o sistema que se esté ensayando, lo que indica que el examinador debe colocarse mentalmente en el lugar de lo que está en proceso de estudio, es decir con su imaginación tiene que intentar sentir lo que hipotéticamente siente el fenómeno, objeto o sistema; debe intentar sugerir lo que pasaría si tal o cual aspecto fuera modificado, etc.

La analogía directa se establece en los términos principales de la observación franca, muy efectivamente de los fenómenos naturales, de los conocimientos de la biología o de los desarrollos tecnológicos, un clásico ejemplo de este tipo de analogía, es el desarrollo de la cinta adhesiva conocida como "Velcro", que encuentra su analogía directamente en las pequeñas semillas que se adhieren a los calcetines cuando se tiene la oportunidad de caminar en el campo. Este tipo de semillas secas presentan unos diminutos ganchos en toda su superficie esférica, que al contacto con una superficie repleta de pequeñas terminaciones de hilos cortos se enganchan de manera tan efectiva que no tan fácilmente pueden desprenderse ambas superficies.

La analogía simbólica es particularmente diferente de la analogía personal en la medida en que la simbólica emplea imágenes como mecanismos de producción creativa, dichas imágenes son producto de la imaginación del investigador y las propone en el orden de su particular visualización poética del fenómeno, sistema u objeto que se

encuentre en cuestión. En general la falta de precisión no es de importancia en el empleo de este mecanismo, lo más significativo es la composición estética que pueda realizar el observador.

Finalmente la analogía fantástica ubica al individuo como un ente deseoso de ver concretizadas sus fantasías mentales. El ser humano encuentra deseos distintos cuando se muestra inconforme ante lo que ve, escucha, palpa, saborea u olfatea. Al menos alguna vez nos hemos detenido un momento a inquirir, desearía poder regresar el tiempo para cambiar el resultado de "X o Y" acontecimiento de mi vida, y entonces se desarrolla toda una fantasía del regreso en el tiempo, pensando incluso como debería ser o comportarse el tiempo para manipularlo a voluntad, cuales deberían ser los mecanismos para distinguir las oportunidades y elegir la que se desea después de ocurrido el acontecimiento, quiénes deben estar presentes y quiénes no en el evento, o si tal vez la manera de poder eliminar personas o cosas indeseables.

En conclusión, es un mecanismo que sirve para proponer utopías en diferentes momentos del tiempo, sea hacia el pasado o hacia el futuro y establecerlos en el presente con las condiciones adecuadas para poder reflexionar posteriormente sobre ellas, en buena medida el éxito de llevar la fantasía a la concreción depende mucho de que en la obra de arte o invención técnica queden impresos los deseos del autor.

Aparte de la técnica "Brainstorming" y de los mecanismos derivados de la teoría de la Sinéctica", existen algunos otros menos populares como: "La producción de estímulos", que se basa en la motivación de la mente a través de experiencias, cuestionamientos, comentarios, etc. a fin de producir mejores efectos en asuntos ya establecidos. Dentro de estas técnicas, que se nombran de alejamiento, se localiza el método del "sleep-writing", que consiste en impregnarse de un problema particular y recordarlo justo antes de irse a dormir. Este método proporciona el establecimiento de relaciones que en el periodo conciente se encuentran alejadas; aprovechando el periodo de inconciencia del sueño para romper los modelos establecidos en periodos de razonamiento lógico.

Otro de los métodos que se destinan a estimular la creatividad y que se ubica en el grupo de alejamiento, es el conocido como: "palabras al azar", que presenta el mecanismo de asociación a partir de una lista de palabras, que puede derivar del diccionario o de algu-

na otra fuente distinta, las palabras se escogen sin tomar en consideración en principio, ninguna relación establecida con anterioridad, ya que éstas se toman como punto de partida para buscar las asociaciones con el problema anticipadamente planteado. Una derivación del método anterior es el nombrado "barajar las palabras", que muestra ciertas ventajas respecto al método de "palabras al azar", en el sentido de que el problema puede plantearse con nuevas directrices, ya que con la combinación entre distintas palabras sin ninguna restricción se ejercita el rompimiento de: vicios en el lenguaje, uso cotidiano de palabras para situaciones específicas, estimula significativamente la asociación de sonidos de las palabras con: situaciones, objetos o fenómenos que en la vida diaria no se facilitan.

Existe una cantidad mayor de métodos, técnicas y mecanismos para estimular, incrementar o desarrollar la creatividad que las planteadas brevemente en el presente artículo, y puesto que no es el fin aquí realizar un escrito descriptivo, sino más bien una serie de reflexiones que sirvan para ubicar los procesos creativos y su utilidad para las distintas etapas del trabajo del diseñador, es suficiente con la información anterior para poder concluir.

Conclusión

La creatividad en el diseñador debe aflorar en cada momento, en cada instante de su vida, ya que las facultades que como ser humano lo hacen realizar cambios importantes en el modo de vida de la población y en el entorno que habita, provoca que el proceso creativo de su disciplina deba ser más que sólo métodos, técnicas o conceptos abstractos; convirtiéndose en una actitud cotidiana, en una forma de vivir y de ser, puesto que no es necesariamente requerido cumplir un trabajo que produzca un beneficio para poder mostrar las habilidades humanas que todos llevamos en nuestro interior. La palabra, la escritura, el dibujo, los gestos, la mímica, el juego, la diversión, la distracción, la fiesta, la celebración y el trabajo entre otros, se muestran como excelentes medios para exponer la creatividad individual y ¡por qué no!, socializarla y compartirla a razón de satisfacer y gozar de la vida.

La capacidad de tomar decisiones intuitivas es un ingrediente básico de la creatividad. La intuición significa renunciar al control de la mente pensante y confiar en la visión del inconsciente. Como no se puede cuantificar ni justificar en forma racional, a menudo encuentra oposición en el lugar de trabajo. Pero tiene el olor de la verdad,

por que se basa en la habilidad del inconsciente de organizar la información en ideas nuevas no anticipadas.

(Goleman, Daniel; Kaufman, Paul; Ray, Michael, "El Espíritu Creativo", Javier Vergara Editor, Grupo Zeta, Argentina, 1992.)

Bibliografía.

- De Bono, Edward. *"El pensamiento creativo"*, Paidós Plural, Barcelona, 1999.
- Rodríguez Estrada, Mauro *"Psicología de la creatividad"*, Editorial Pax México, México, 1995.
- Espíndola Castro, José Luis, *"Creatividad, Estrategia y Técnicas"*, Alhambra Mexicana, México, 1996.
- Goleman, Daniel; Kaufman, Paul; Ray, Michael, *"El Espíritu Creativo"*, Javier Vergara Editor, Grupo Zeta, Argentina, 1992.
- De Sánchez, Margarita, *"Desarrollo de Habilidades del Pensamiento, Creatividad"*, Trillas, México, 1991.
- De Bono, Edward, *"Simplicidad, técnicas de pensamiento para liberarse de la tiranía de la complejidad"*. Paidós Plural, México, 2000.
- Ricard, André, *Diseño ¿Por qué?*, Barcelona, Gustavo Gili, Colección Punto y Línea, 1982.
- Bürdek, Bernhard, *Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial*, Barcelona, Gustavo Gili, 1994.
- Francisco García Olvera. *Reflexiones sobre el Diseño*. Colección CYAD, Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco, 1996.
- Sabag, Adip Compilador, *"Antología Creatividad, Vol. II"*, Universidad del Valle de México, EGUM, S. A. México, 1989.
- Eroles G., Antonio, *"Creatividad Efectiva"*, Panorama, México, 1994.
- Alvarado, Martha, y Ramos, Eduardo, Compiladores, *"Antología, Intuición e Imaginación Funciones Psíquicas"*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2000.

Referencias

- ¹ Libertad de pensamiento. A quien pusiera en duda la creatividad innata del hombre, habría que responderle con una sola frase: observa los juegos de los niños. ... Queda, pues, afirmada la creatividad infantil como una expresión de espontaneidad en el cosmos; como un principio de libertad y de autodeterminación en este mundo aparentemente regido por la matemática inexorable de las leyes físico-

químicas. (Rodríguez Estrada, Mauro "Psicología de la creatividad", Editorial Pax México, México, 1995. páginas 36 y 37).

² Intuición. Hay intuición cuando se contempla con una sola mirada lo simple y absoluto o cuando con una sola mirada se abarcan todas las relaciones y se ve el sistema como un uno que entrega el ser existente de algo. ... los elementos de la intuición son: la claridad y la distinción, la individualidad y la inmediatez, la anterioridad y la instantaneidad. (García Olvera, Francisco, Intuición e Imaginación, Antología Intuición e Imaginación Funciones Psíquicas, Compiladores Alvarado Dufour y Ramos Watanave, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2000, página 51).

³ Imaginación. Imaginación nombra a una facultad psicosomática, es decir, en la que intervienen simultánea e indisolublemente el cuerpo y el espíritu del hombre. En ausencia del cuerpo, el espíritu sólo produce ideas no imágenes; pero con el cuerpo las ideas se funden con las imágenes; sin espíritu no hay imágenes sino sólo fenómenos físicos, químicos y quizá biológicos. (Op Cit García Olvera, Francisco, Página 57)

⁴ Brainstorming. ... Osborn crea la ya popular "lluvia de ideas", para enfrentar problemas. ... esta técnica ha sido criticada porque en muchas ocasiones las ideas generadas en grupo tienden a estandarizarse por el temor al ridículo, mientras que ideas individuales defendidas con tesón, suelen ser más originales; sin embargo aplicadas adecuadamente suelen dar buenos frutos. (Espíndola Castro, José Luis, "Creatividad, Estrategia y Técnicas", Alhambra Mexicana, México, 1996. página 19).

⁵ Complejo. De Bono, Edward, "Simplicidad, Técnicas de pensamiento para liberarse de la tiranía de la complejidad". Paidós Plural, México, 2000.

⁶ Sinéctica. ... Gordon crea la Sinéctica que en pocas palabras consiste en "hacer de lo familiar algo extraño y de lo extraño algo familiar" para ello se vale de dos técnicas diferentes, las relaciones extrañas y el uso de analogías. (Espíndola Castro, José Luis, "Creatividad, Estrategia y Técnicas", Alhambra Mexicana, México, 1996. página 19)

⁷ Técnicas de movimiento. De Bono, Edward. "El pensamiento creativo", Paidós Plural, Barcelona, 1999. páginas de la 223 a la 237.

⁸ Técnicas de provocación. Op. Cit De Bono, Edward. Páginas de la 239 a la 256.

⁹ Synectics. J. J. Gordon, William, "Sinéctica: Historia Evolución y Métodos", (Traducción por: Alejandra Bertorini), Antología "Creatividad, Vol. II", Universidad del Valle de México, Compilador Adip Sabag, EGUM, S. A. México, 1989, páginas de la 269 a la 287.

¹⁰ Actitud cotidiana del diseñador. "... junto a los efectos inmediatos de la disciplina –o sea el entorno construido– existe una fuerte tendencia a mirar más allá del horizonte de los proyectos cotidianos. Esta actitud consiste por una parte en una dimensión de discrepancia intelectual con las tareas de la arquitectura misma, por otra parte las utopías y las visiones son campos importantes donde se pueden formular y esbozar nuevos conceptos de vida y de creación". Bürdek, Bernhard, Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial, Barcelona, Gustavo Gili, 1994, página 250.