



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

“Una propuesta de guía para desarrollar el proceso creativo”

Tesis

Que para obtener el título de :
Licenciado en Diseño y Comunicación Visual

Presenta

Diana Lucet Corona Aparicio

Director de Tesis:

Licenciada María Soledad Ortiz Ponce

México, D.F. 2011



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS
“UNA PROPUESTA DE GUÍA PARA DESARROLLAR
EL PROCESO CREATIVO”

PRESENTA

DIANA LUCET CORONA APARICIO

TESIS QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE :
LICENCIADO EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

DIRECTOR DE TESIS:

LICENCIADA MARÍA SOLEDAD ORTIZ PONCE

México, D.F. 2011

Para María Aparicio

INDICE	
INTRODUCCIÓN	11
CAPITULO 1	
CREATIVIDAD Y PROCESO CREATIVO	
1.1 Esbozo de la creación	13
1.2 Conceptos Creatividad y Proceso Creativo	17
1.3 Teorías de Proceso Creativo	29
CAPITULO 2	
¿CÓMO ELABORAR UNA PROPUESTA DE GUÍA PARA DESARROLLAR EL PROCESO CREATIVO?	
2.1 Definición de guía y sus funciones	33
2.2 Alumnos y carrera de Diseño y Comunicación Visual de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM	33
2.3 Asignaturas que abordan el Proceso Creativo en la Escue- la Nacional de Artes Plásticas de la UNAM	37
2.4 Elementos para la producción de una Propuesta de Guía para Desarrollar el Proceso Creativo	43
2.4.1 Metodología	43
2.4.1.1 Análisis de la creatividad según el modelo de sistemas propuesto por Csikszentmihalyi.	43
2.4.1.2 Síntesis del modelo de sistemas pro puesto por Csikszentmihalyi.	46
2.4.2 Elementos de diseño editorial	47
CAPITULO 3	
PROPUESTA DE GUÍA PARA DESARROLLAR EL PROCESO CREATIVO	
3.1 Propuesta de Contenido	53
3.2 Propuesta de Diseño	54
3.3 Presentación final	58
CONCLUSIONES	60
BIBLIOGRAFIA	62

Introducción

La asignatura optativa denominada Creatividad, impartida en la Escuela Nacional de Artes Plásticas, es una de las principales fuentes de ayuda para los alumnos interesados en desarrollar su potencial creativo; durante el curso se presentan ejercicios prácticos a desarrollar en clase, sin embargo no existe ningún material que apoye a los alumnos para el seguimiento de los mismos. Partiendo de la hipótesis que con el uso de la *Propuesta de Guía para el Desarrollo del Proceso Creativo*, podría ayudar a los alumnos a reconocer sus herramientas y capacidades, al ampliar su visión en la resolución de problemas, preparándolos para su vida futura en el campo laboral, se elabora el presente trabajo.

Estructurado en tres capítulos. El primero es un acercamiento al origen del concepto de creatividad, se hace un esbozo del término que le antecede, creación, que fue utilizado por artistas y los llamados genios antiguos. Se hace un repaso de la concepción de creación en distintas épocas iniciando con el pensamiento de filósofos griegos; pasando por las ideas de la Edad Media, Renacimiento, hasta llegar a Kant en el siglo XVII, Rousseau en el XIX y finalmente las vanguardias artísticas en el siglo XX. Este esbozo se presenta a manera de introducción con el tema central de la investigación que posteriormente se atenderá de manera puntualizada en su concepto y estructura funcional. También se enmarcan algunas de las teorías e investigaciones así como sus principales exponentes que serán un referente importante para encaminar la investigación.

El segundo capítulo precisa el público al que va dirigida la propuesta de guía para el desarrollo del proceso creativo; se menciona cuántas y cuáles asignaturas están relacionadas con procesos creativos, en la carrera de Diseño y Comunicación Visual de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM. Contiene la metodología que es análisis y síntesis del modelo sistémico de Csikszentmihalyi. También cuenta con conceptos de elementos de diseño que fueron indispensables para la presentación final.

El tercer capítulo es la propuesta de contenido y diseño del proyecto final. Se encuentran imágenes de cómo se presentaría el material resultante de la investigación. Concluyendo que, teniendo en cuenta los planteamientos teóricos de los especialistas, una “guía” resultaría contradictoria a la Creatividad y al Proceso Creativo. Por lo que en la presentación del proyecto se ofrecen algunas sugerencias para desarrollar la intuición y utilizar herramientas que apoyen al individuo a buscar estrategias personales para desarrollar el Proceso Creativo.

Capítulo 1 Creatividad

1.1 Esbozo de la creación

Por mucho tiempo se atribuyó el término creativo a aquellos individuos considerados genios o tocados por algún ser divino, la creación se volcó a seres supremos, basados en mitos religiosos que contaban los orígenes del cielo y la tierra, como algo sobrenatural.

A lo largo de la historia, el hombre fue cambiando esta concepción. El temor reverencial que tenían ante ciertos sucesos fue cediendo para dar paso a la razón. Se empezaron a construir grandes civilizaciones y surgieron grandes pensadores.

Entre los pensadores más antiguos y sobresalientes por sus cuestionamientos y reflexiones a cerca del acto de crear fueron Platón y Aristóteles. Ellos consideraban artistas, a poetas, arquitectos y escultores, quienes eran los encargados de crear lo bello. Para Platón, los artistas producían una obra gracias al producto de su conocimiento racional, dudaba de la llamada inspiración divina. Apuntaba que el “arte superior se basa en una visión clara y exacta de la realidad, es el claro conocimiento de un método.”¹ esa *realidad* vista desde el punto de vista del artista. El arte creador o *poietiké* como lo llamaba Platón “es solo una parte del arte en general. Es diferente el arte por el cual adquirimos algo y el arte por el que hacemos algo.”² Con esta cita se hace referencia al arte humano de crear, entendiendo este acto de creación, como una imitación de la naturaleza.

Al igual que Platón, Aristóteles fundamenta que el arte creador del artista esta en el conocimiento. “Solamente quién conoce los medios y sus fines de producción está en la capacidad de dominar el arte a fondo”. Esto es que tiene el suficiente

1. PAZAOLA, Juan. Introducción a la Estética. Madrid: Universidad de Deusto. 1991. pág. 15.

2. ídem, pág. 14.

dominio manual o técnico de lo que hace, ya sea el mármol y el cincel, la palabra y la métrica poética. Donde “el artista para producir, debe poseer cierta habilidad, cierta disposición permanente de crear.”³ . Esta disposición es un plus de solamente conocer la técnica y hacer uso de ella, debe haber una resolución de hacerlo.

Entre las aportaciones de Platón y Aristóteles, fue establecer el carácter absoluto de la verdad, dar objetividad a lo dudoso y desordenado. Entre este orden definieron al hombre como un “animal racional” (logikón) y no como “el animal imaginativo” (analogikon).⁴ Es decir, como un ser que utiliza la razón para crear, para darle forma a lo bello.

Esta idea donde predominaba el concepto de producción racional duro aproximadamente unos dos mil años, los cuales, el factor intelectual fue considerado el elemento principal que posibilitaba la creación.

El filósofo Cicerón retomó los conocimientos platónicos, extendiendo el término de creación, sumó la *inspiración* como una condición indispensable para que una obra sea considerada grande. Platón ya había dudado que la inspiración fuera un factor clave para la creación, sin embargo al retomarlo, Cicerón le adjudica un papel activo al artista, ya que será éste el encargado de hacer la selección de tomar sólo algunas cosas de lo que atienden sus ojos y también su mente.

Durante el cristianismo y la Edad Media, sucede un cambio radical a la idea de creación. Considerando que todo motivo y acto de creación era de origen divino, al servicio de Dios. Esto le dio un poder absolutista a la religión, quién exigía un “culto obsesivo a la verdad”⁵ , entendida como la verdad de Dios. Era el momento en el cual se impusieron “rutinas de pensamiento, reclamando obediencia y silencio”⁶. Los individuos carecían de opinión, ya que era la religión y quienes tenían autoridad en ésta quienes imponía las reglas.

En un intento por rescatar el humanismo, el hombre renacentista deja atrás el absolutismo religioso para darle pie, ya no a la imitación de la naturaleza, si no a lo que llama Leon Battista

3. ídem. pág. 147.

4. RODRIGUEZ, Estrada Mauro. El pensamiento creativo integral. México: McGraw-Hill. 1997. p. 49.

5. ídem, pág. 14.

6. ídem, pág. 14.

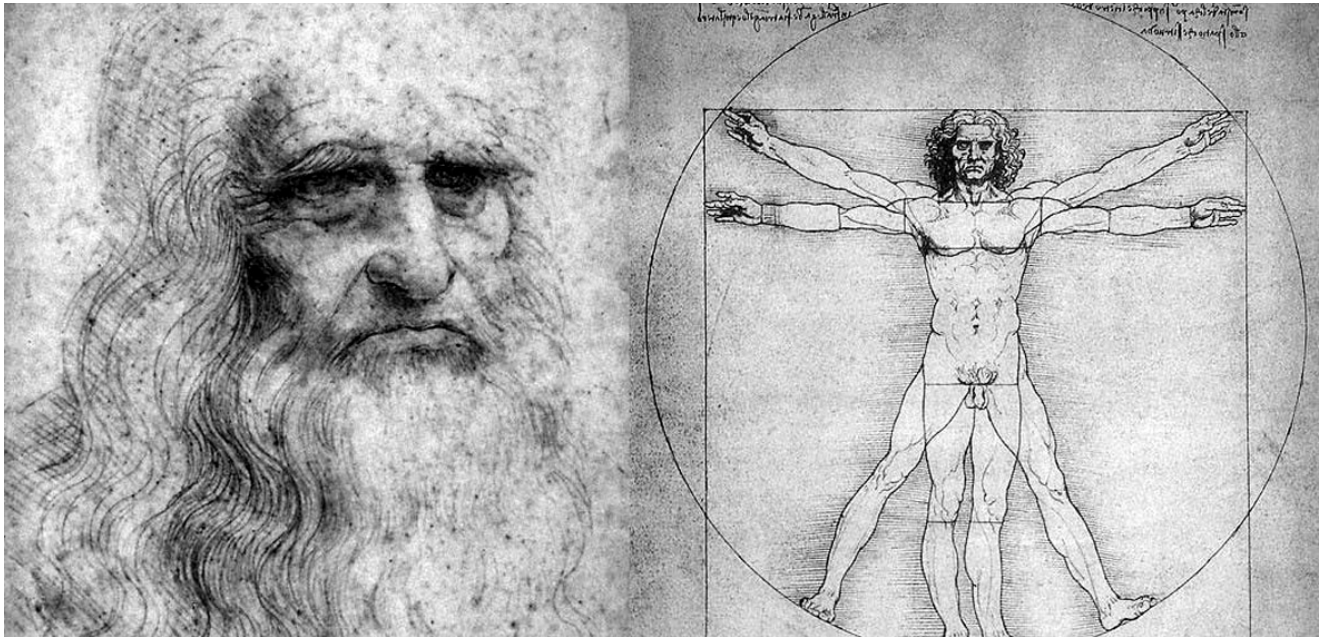


Figura 1.1 Leonardo da Vinci, el Hombre de Vitrubio, 1487. Estudio de proporciones del cuerpo humano a partir de los tratados del arquitecto romano Vitrubio.

Alberti, la imitación de la fuerza creadora. De la fuerza creadora de la arquitectura, Alberti dice: “No debe ser la simple obligación de construir, ni siquiera la comodidad que nace del programa, sino un placer en sí y para la vista del edificio, la que ha de guiar al arquitecto.”⁷ Refiriendo al arquitecto como un artista que disfruta del construir, como una actividad autotélica (que es un actividad que es placentera sólo por el hecho de hacerla, sin otro fin).

Tan sólo cincuenta años después, Leonardo recoge todos los conocimientos del humanismo y asume que el arte es creativo (en cuanto a que es motivo de creación) a pesar de ser imitativo. El arte deja de ser considerado producción para ser elevado a la categoría de creación. Le regresa al hombre el poder de crear, le da imaginación⁶. Para Leonardo aplicar el arte de crear, el artista debía imitar la naturaleza, ser fiel a la realidad.

Su contemporáneo, Miguel Ángel, afirmaba que el arte de crear “con el cerebro se pinta, no con la mano”⁸. Y decía que el solamente quitaba lo que sobraba, refiriéndose al mármol, insinuando que la obra ya estaba ahí, sólo había que pulirla.

7. BAYER, Raymond. Historia de la Estética. México: F.C. E. 1974. p. 106.

8. TATARKIEWICZ, Wladyslaw. Teoría de la Estética I. Madrid: Ediciones Akal. 1987. p. 162.

En el siglo XVII Kant, en su teoría del genio, llega a la conclusión que “Debido a que el alma del universo es análoga al alma del hombre, aquella puede en ocasiones entrar en esta”⁹ Enuncia que la naturaleza ha dado la ley y que son los genios, seres creados por ella.

Por su parte, el filósofo Giambattista Vico, expone sus puntos de vista sobre la imaginación poética en su obra *La ciencia nueva* “Cuanto menos domine a los hombres la razón, tanto más prevalecen los sentidos”¹⁰. Exponía que, todos los grandes artistas, pintores y poetas se desarrollaron en periodos de imaginación y no de reflexión. Vico, estima que en el mundo civilizado el hombre inteligente posee poca imaginación y que, por el contrario, el hombre imaginativo es poco racional. Da a la imaginación un valor que desde su punto de vista ha de ser materia para la creación.

En el siglo XIX, Rousseau estableció un culto al individuo y sus sentidos, al afirmar “siento antes de pensar”¹¹, con ello incluye a todo hombre capaz de sentir. El acto de crear era en sí un acto lírico en disposición de aquel que tuviera como cualidad la espontaneidad, amor a la naturaleza en una necesidad de exploración destacando la imaginación sobre la razón, la emoción sobre la lógica, la intuición sobre la ciencia.

La creación en el periodo de las vanguardias artísticas en el siglo XX fue resultado de la búsqueda de avance hacia una situación social y política determinada. Estuvo fuertemente influida por acontecimientos que sucedían en la realidad inmediata que estaban viviendo los partícipes de diferentes áreas de las artes. Era un intento por acercarse a la ciencia y la tecnología mediante el entendimiento de los hechos sociales y políticos e industriales que sucedían en ese momento.

Actualmente el concepto de creador se ha expandido por la facilidad con que se crean imágenes y difunden mensajes e ideas, resultado del desarrollo tecnológico e informático. Con lo cual cualquier individuo que sea capaz de generar una imagen o idea que cree conocimiento es considerado parte de la creación, reflexión y entendimiento humanos.

9. Idem, pág. 209.

10. Idem, pág. 210.

11. Frase que aparece en su libro *Las confesiones*.

1.2 Conceptos. Creatividad y Proceso Creativo

Existen múltiples significados dados al concepto de **Creatividad**, no existe todavía alguna definición que sea aceptada de manera unánime, puesto que es considerada un proceso amplio y en continuo cambio. Su origen etimológico *creare*, significa emparentar, de la voz latina *creceré*,¹² aparición, génesis del antiguo testamento.

El término más cercano a la creatividad era creación o el arte de crear. Creatividad era un término que no estaba en el vocabulario, mucho menos como interés de investigación en círculos académicos. Fue en 1950, cuando el psicólogo Paul Guilford, en una conferencia de la *American Psychological Association*¹³, retoma el término que en algún momento se planteó y lo que hace es readaptarlo a la sociedad americana.

Guilford sistematizó la creatividad y la personalidad de los individuos creativos para poder estudiar el tema. Estas aportaciones fueron la pauta para que psicólogos estadounidenses se interesaran en el tema, lo que motivó el incremento de artículos en revistas y publicaciones. De dónde surgirían múltiples trabajos que transformarían el término. Hecho que cambió la forma de pensar a nivel social y académico.

Otro psicólogo estadounidense Howard Gardner, se ha interesado en líneas de investigación de análisis de las capacidades cognitivas en menores y adultos, a partir del cual ha formulado la teoría de las “*inteligencias múltiples*”¹⁴.

En dichas investigaciones ha considerado a la creatividad exclusiva como un mito, argumentando que “los avances creativos en un dominio no pueden meterse acríticamente en el

12. Diccionario RAE

13. BAÑOS, Miguel. *Creatividad y Publicidad*. España: Ed. Laberinto. 2001. 384 p.

14. GARDNER, Howard. *Arte, mente y cerebro: una aproximación cognitiva a la creatividad*. México: Paidós. 2005.

mismo saco con avances de otros dominios”¹⁵ y añade que una persona creativa debe practicar constantemente en un campo específico. Esto es que cada individuo posee al menos ocho inteligencias: lingüística; lógica-matemática; corporal y cinética; visual y espacial; musical; interpersonal; intrapersonal; naturalista. Cada individuo posee fortalezas y debilidades en unas y otras, dependiendo su cultura y segmento de sociedad a la que pertenezca puede hacer una mezcla diferente. Por ello existen individuos más aptos para las matemáticas y la música que para cualquiera de las otras inteligencias, esta especificidad posibilita a este individuo ser más creativo en esos campos de estudio.

Por su parte, Edward de Bono afirma que la creatividad es “una aptitud mental al mismo tiempo que una técnica de pensamiento”.¹⁶ A esta disposición mental que plantea una forma concreta de pensar la llama *Pensamiento Lateral*.

El pensamiento lateral es una forma específica de organizar los procesos de pensamiento, que busca una solución mediante estrategias, que comúnmente serían ignorados por el pensamiento lógico. El pensamiento lateral trata de romper con pensamientos rígidos y ser motivo de cambios. Puede ser utilizado en la solución de problemas tanto de la vida cotidiana como otros más complejos. Puede ser desarrollado a través del entrenamiento de técnicas.

De Bono propone cuatro elementos que son clave para utilizar el proceso de pensamiento lateral: Comprobación de suposiciones, hacer las preguntas correctas, creatividad, pensamiento lógico.

Comprobación de suposiciones. Al enfocar un problema con un pensamiento vertical, esto es, ir del paso 1 al 2, del 2 al 3... etc. o de arriba abajo...Es posible que no se encuentre la solución o se encuentre una solución fácil más no adecuada o llamándole de otra manera el camino “natural” pero que seguramente no sean la respuesta buscada. Con una “mente abierta” se enfrenta a cada nuevo problema que se presenta falso. Hacer las preguntas correctas. Lo más importante en el pensamiento lateral es saber qué preguntas deben formularse. Al

15. BAÑOS, MIGUEL. *Creatividad y Publicidad*. España: Ed. Laberinto. 2001. p. 384.

16. DE BONO, Edward. *El pensamiento creativo: El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas*. México: Paidós, 2004



Figura 1.2 Imagen que ilustra el pensamiento lateral

iniciar se debe tentar el terreno haciendo preguntas generales tratando de enmarcar el problema a resolver. Enseguida se reconocen los datos conocidos con preguntas más puntuales tratando de hacer hipótesis y buscar alternativas.

De Bono propone algunas técnicas para la práctica del pensamiento lateral, en las que se encuentra:

Provocaciones

1. Palabra aleatoria. Se introduce una palabra al azar, luego generar una palabra que esté relacionada con la misma, y así sucesivamente, repitiendo este último paso. Cada vez que se cambie de palabra se intentará unir esta al problema para el cual se está buscando una solución, generando posibles ideas.

2. Escape. En este caso se examina el o los objetos involucrados en el problema y se niega o cancela una característica del mismo. A partir de este nuevo entorno, esta nueva situación generada, se buscan ideas con las herramientas habituales.

3. Piedra en el camino. Aquí la idea es exagerar, distorsionar o modificar de cualquier forma una entidad del entorno del problema.

Analogías. Las analogías nos sirven para comparar sucesiones de ideas que están deslindadas de ideas que sean racionales o críticas. Con esto se incrementa la velocidad para crear ideas.

a) Alejarse de estereotipos marcados, no encasillarse solo en una idea, buscar diferentes opciones por más excéntricas que éstas parezcan. b) Puede que un problema se represente en base de analogías, que resultarán confusas en un principio pero con su debido proceso de pensamiento se pueden desarrollar.

El método de inversión. En la inversión de problemas éstos se alteran en su sentido para ver cuál es su contrario y ver cómo se pueden solucionar, ver al problema y girarlo para llegar a un resultado favorable. En cuanto a este método no se planea solucionar el problema de lleno sino que el tomar la idea principal al invertirlo servirá para acercarse a su solución. El método de inversión también trata de evitar el encadenamiento de ideas y la cerrazón, buscar las soluciones más descabelladas en ocasiones puede funcionar. Ver al problema desde distintos puntos

de vista, no fijarse sólo en uno, tener distintos ángulos de visión que nos permitan tener una visión más clara del problema, no verlo superficialmente.

Fraccionamiento o división. El objetivo del fraccionamiento es romper la sólida unidad de modelos de ideas, sin importar que sea confusa en algunos puntos, pero no se trata de encontrar las partes o de dividir los modelos en componentes, sino de crear nuevas partes y fraccionar los mismos componentes. Así, al dividir el modelo, se obtiene material para una reestructuración de los modelos, se intenta formar un nuevo orden. El objetivo del fraccionamiento es evitar los efectos de la inhibición implícita en los modelos fijos por medio de su descomposición. Respuestas idóneas. Según De Bono existen tres maneras en que el pensamiento puede ser obstruido: Puede faltar algo de

Figura 1.2.1 Alumna haciendo un ejercicio de creatividad en el que descompone la oración y sus letras.



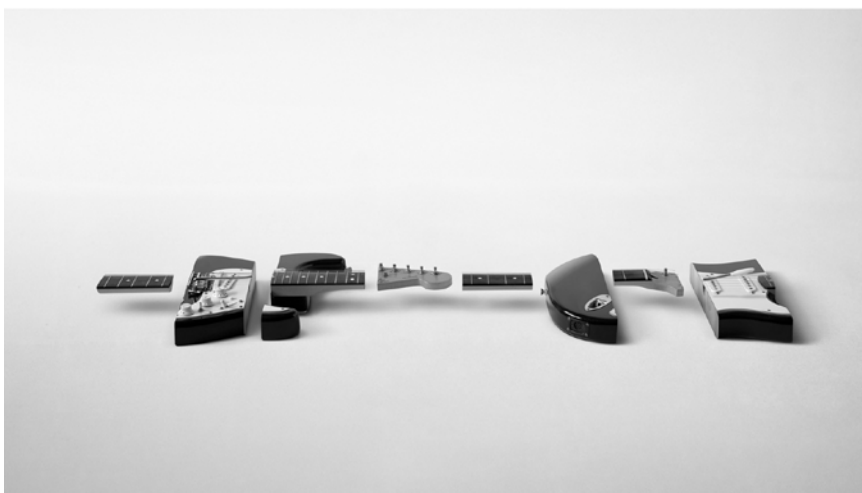


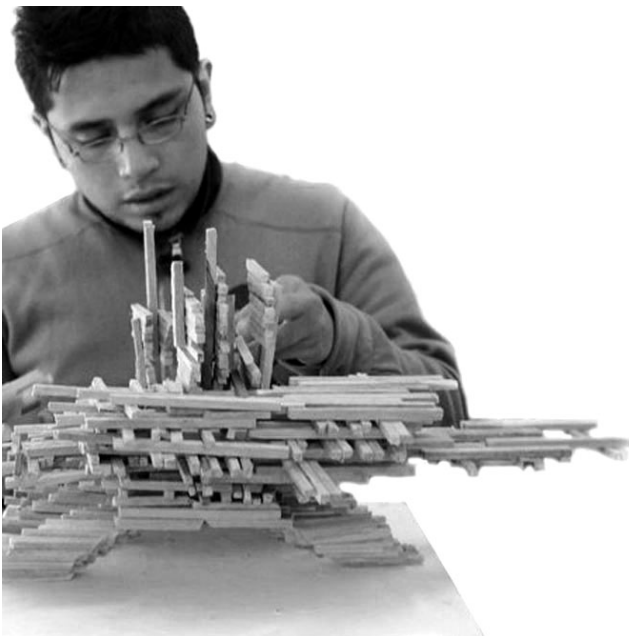
Figura 1.2.3 Serie de postales para la campaña de Scrabble, que comunican por medio de imágenes las reglas principales del juego.
Agencia JWT
de Santiago de Chile, 2008

información, puede existir un bloqueo mental o lo obvio obstruye la visión de una mejor opción. El tercer caso tendría una solución con la lógica lateral, Una vez estructurada la información es ya difícil transformarla en otra cosa. De este modo parece obvio que la única salida sea aquella que ofrece la información ya estructurada, de modo que si da respuesta al problema que se intenta resolver, pareciera que no hay necesidad de buscar otra.

Sin embargo, aunque las investigaciones se han incrementado, el termino sigue sin una definición tajante ya que se puede caer en el error de pensar que un individuo creativo debe cumplir estrictas características. Para ser creativo no es necesario que una persona este certificada con estudios universitarios en algún tema pero sí tener especialización en algún campo. Es decir, que la certificación oficial no es necesaria, como necesario el talento que demuestra su capacidad para realizar tal o cual actividad en determinado campo.

En los últimos treinta años Csikszentmihalyi ha llevado investigaciones de la vida de personas consideradas creativas, sus

Figura 1.2.4 Ejercicios para el desarrollo de la creatividad mediante el uso de materiales y su aplicación en algo fuera de lo común.



estudios han sobresalido en el estudio de la creatividad. Ya que si bien, muchos se han esforzado en tomarlo de manera social, otros de manera de personalidad, él lo plantea como un fenómeno sistémico¹⁷, que apunta, que es erróneo preguntarse si determinados individuos son o no creativos, ya que la creatividad, no depende únicamente de los individuos, es, más bien una interacción entre tres elementos: el individuo que ha de contar con determinados talentos y metas; el ámbito donde desarrolla el trabajo; el campo que es un grupo de personas o instituciones que emiten juicios sobre la cualidad de su producción.

17. CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. *Creatividad, el flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. España: Paidós, 1998.

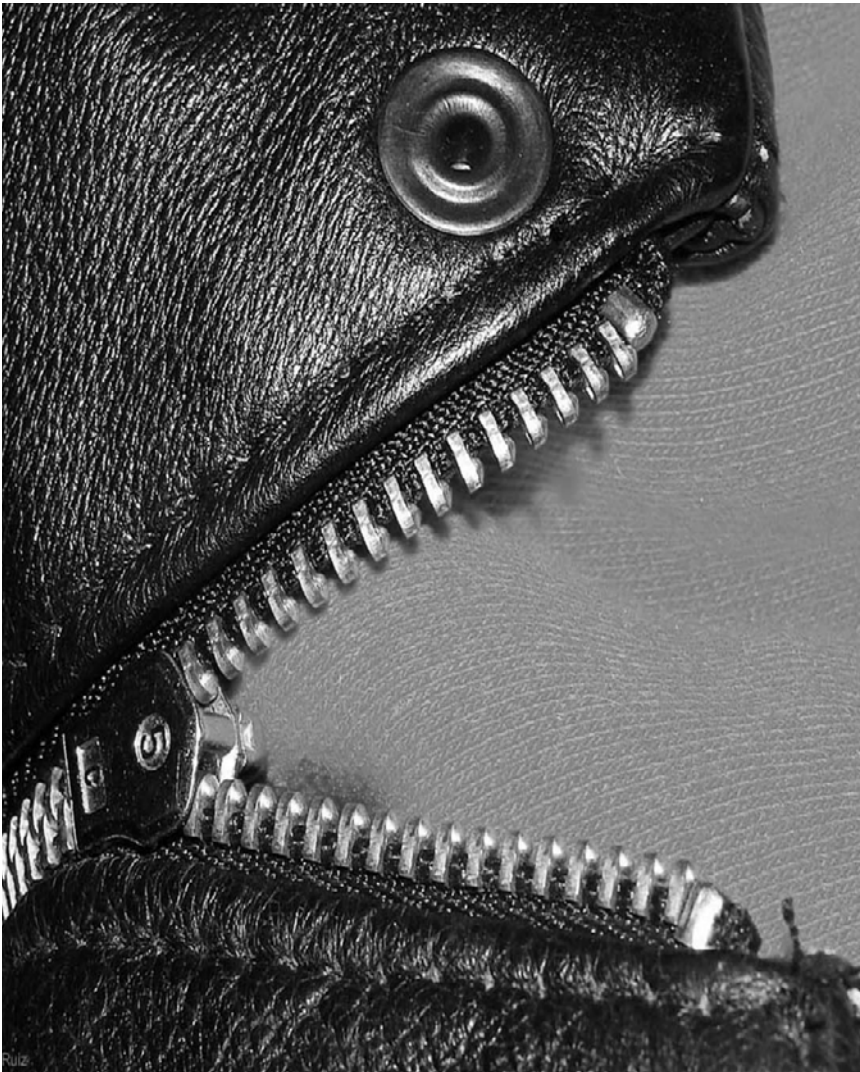


Figura 1.2.5 Ejercicio de formación de imágenes mediante objetos de uso diario y la fotografía.

Es complejo definir que es el **Proceso Creativo**, dado que no es un proceso mecánico. Sin embargo, es útil para entender y llegar a los resultados concretos de creatividad. Para ello se ha estudiado la mente, con lo que es difícil de demostrar con pruebas irrefutables, cada una de las fases de diversos objetos de estudio creativos.

Durante el siglo pasado se llevaron a cabo un gran número de investigaciones tratando de definir las etapas que lo forman y otros tantos sugieren que el proceso creativo es una unidad sin fases diferenciadas.

El primero en ofrecer un análisis lógico al pensamiento es Dewey, quién marca cinco niveles para cualquier proceso de pensamiento¹⁸: 1. Encuentro con una dificultad. 2. Delimitación de la misma. 3. Planteamiento de una posible solución. 4. Desarrollo lógico de alguna de las ideas. 5. Comprobación empírica que conduce a la aceptación o rechazo de la solución-hipótesis.

En años posteriores G. Wallas y Poincaré distinguen cuatro fases en el proceso de creación: 1.Preparación 2.Incubación 3.Illuminación 4. Verificación.

Rossmann diferencio siete fases: 1. Necesidad o dificultad percibida 2. Problema formulado. 3. Informaciones disponibles examinadas. 4. Soluciones formuladas. 5. Soluciones revisadas críticamente. 6. Nuevas ideas formuladas. 7. Nuevas ideas propuestas.

Otros fueron más detallados como el caso de Guilford quien desarrolló un modelo tridimensional de la inteligencia tomando en cuenta algunos principios cibernéticos. La “Creative Education Foundation” de Buffalo Estados Unidos, baso su modelo en cinco etapas. Número y fases similares al igual que el modelo de Moles, Wallas, Osborn, Don Fabun, entre otros. Por lo que cinco es el número mágico para dividir a las fases del proceso creativo que son consideradas válidas por la mayoría de los autores.

Ghiselin describe el proceso creativo como un “contexto en el cual la idea nacida ese aun vaga e indefinida, y luego sigue un período de transición para lograr una mayor comprensión; la

18. BAÑOS, Miguel. *Creatividad y Publicidad*. España: Laberinto, 2001.



Figura 1.2.6 Imagen que ilustra los caminos que se pueden tomar en una situación.

reorganización tiene lugar después de algún tiempo, y generalmente se hace a través de un proceso inconsciente y automático, aun cuando la meta final sea clara y consciente”¹⁹.

Mihaly Csikszentmihalyi, utiliza cinco etapas para describir el proceso de trabajo de las personas creativas, estas no son excluyentes entre si, y generalmente tienden a suponerse y reiterarse antes de que el proceso concluya.

Aparición de problemas: marca tres fuentes para el surgimiento de problemas: las experiencias personales, las exigencias del campo y las presiones sociales.

Problemas recibidos y descubiertos. La mayoría de los problemas ya están formulados, faltando únicamente la solución. Sin embargo, también se encuentran situaciones sin formular pregunta alguna.

Tiempo. El creativo, necesita de un espacio vacío, en que la incubación, dejar que los problemas estén un momento fluyendo en el inconsciente, ayudado por este dejar salir por si solo la solución. El ocio es un gran aliciente, en este espacio.

La experiencia. Tiene que ver mucho con la intuición, el

19. Idem, pág. 56.

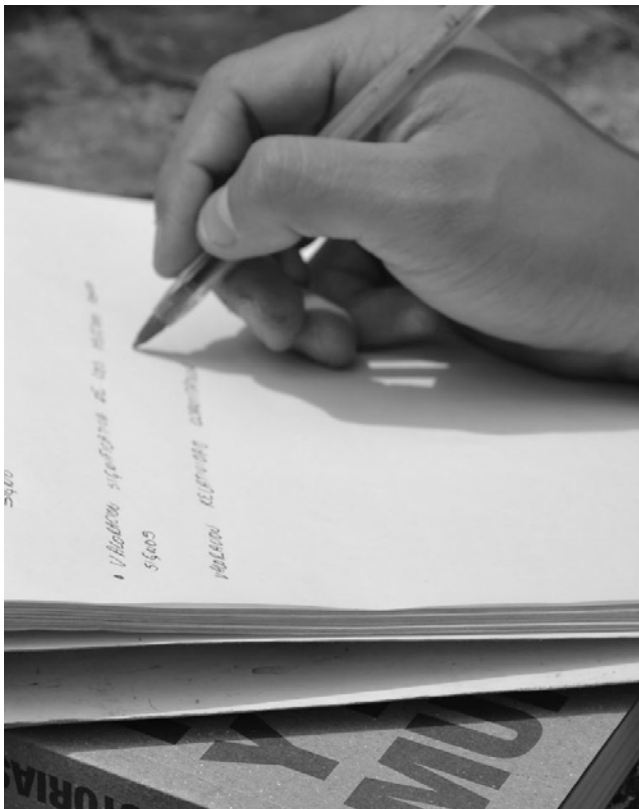


Figura 1.2.7 Ejercicio para explorar la experiencia creativa: con materiales y bitácora de apuntes donde el alumno es capaz de relacionar la practica con un pequeño texto. Adquiriendo conciencia de sus habilidades generando al máximo la expresión intuitiva.



Figura 1.2.8 El inconsciente y el consciente en sinergia para la creatividad.

dejarse llevar por la conexión entre inconsciente y consciente y dejar que estos y su historia interpretativa de experiencia de sinergia.

Transpiración. Marca cuatro condiciones para esta fase. La primera consiste en tener mucha atención al trabajo que se realiza, estar en constante interacción con el medio, las nuevas ideas, problemas e intuiciones. Así como mantener la mente abierta. Segundo, prestar atención a metas y sentimientos propios y estar atento a si el trabajo va de acuerdo a lo esperado. La tercera es mantenerse en contacto con el conocimiento de campo, y tener los medios eficaces de desarrollo. Y en etapas posteriores, sugiere como gran importancia escuchar a colegas del mismo ámbito.²⁰

20. CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. *Creatividad, el flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. España: Paidós, 1998.

1.3 Teorías de Proceso Creativo

Existen múltiples teorías que tratan de explicar el proceso creativo, incluirlos todos, sería agotador, por lo que sólo se tomaron en cuenta las teorías que se acercaban más a los fines de este proyecto. Se toman a consideración dos vertientes, una filosófica y otra psicológica, de las cuales se han rescatado cinco teorías fundamentales en el proceso de creación.

TEORÍA PSICOANALÍTICA

Freud dentro de su teoría del psicoanálisis, investigó la relación de la psique con la creatividad. Se interesó de manera especial en el renacentista Leonardo Da Vinci. Estudió su vida y personalidad por medio de notas, dibujos, pinturas, etc., tratando de interpretar el inconsciente. Esto se tradujo en un estudio más complejo sobre la relación del inconsciente y el consciente, en el que cuestionó la influencia del carácter como determinante para resolver los conflictos que se van presentando.

Calificó la personalidad como elemento que potencia o retarda la creatividad, dependiendo de las características de la misma. Según ésta teoría, los primeros conflictos a resolver, son aquellos con los que el adulto tiene referencia con su infancia, donde puede tomar en cuenta las enseñanzas positivas o por el contrario obsesionarse con las negativas.

Freud señala que, la fijación, represión y sublimación, son características de una personalidad de saber e incitación lúdicas.²¹ Un individuo lúdico potencia su capacidad de sublimar el inconsciente. Lo ideal es que una persona pueda expresar su

21. BAÑOS, Miguel. *Creatividad y Publicidad*. España: Laberinto, 2001.

inconsciente lo más preciso y abiertamente, con libertad, evitando represión, encaminando la plenitud creativa.

TEORÍA GESTALTICA

Su principal teórico, Werheimer, sitúa la teoría gestaltica como una manera en que la mente organiza elementos para unirlos teniendo como resultado la armonía de un todo. Así lo explica:

“Al ser captada la figura abierta o el planteamiento problemático, se genera en nosotros una tensión dirigida a restablecer el equilibrio; esto es, a cerrar las formas abiertas, y a dar solución a los problemas, hasta llegar a la “armonía del todo” Las operaciones que se realizan serían las de reunir, centrar y estructurar, los elementos determinados por la proximidad, semejanza, cualidad de cerrado y optimización de la Forma”²²

Werheimer propone la solución de un problema es por una visión efectiva del mismo, más que por azar. Esto hace pensar que situando los elementos desde distintos ángulos de referencia cambiará su papel respecto al otro, influenciando y armonizando.

TEORÍA CONDUCTISTA

En ésta teoría se conceptualista la creatividad en relación con respuestas poco comunes de problemas, debido a una demanda o presión ambiental. Se centra en el principio de aprendizaje por condicionamiento; orientando el interés a respuestas concretas y visibles del exterior.

Enfatiza el ambiente como factor principal para el desarrollo de la creatividad, condicionando así la experiencia y dejando todo a los factores que se presenten, sin tener en cuenta las facultades del individuo.

TEORÍA HUMANISTA

Nace como respuesta al conductismo; atiende al crecimiento a causa de necesidades que se sitúan en determinadas jerarquías.

22. Idem, pág. 39.

Es decir, a partir de una pirámide se explica la importancia de las necesidades humanas, en escala de mayor a menor (de la base a la cúspide) se enumeran de la siguiente manera: 1) necesidades fisiológicas, como las de mayor importancia; 2) necesidades de protección; 3) necesidades de dependencia y cariño; 4) tendencias de autorrealización.

A partir de ésto, Maslow clasifica tres tipos de creatividad: Primaria. Es propia de las personas que se autorrealizan y todos la experimentamos en algún momento. La secundaria. Incluye ciencia, arte y productos comerciales. La integrada. Esta requiere de un talento especial y una gran capacidad de trabajo que por lo general en obras artísticas, científicas, filosóficas, etc. que son decisivas para la humanidad.

Figura 1.3 El flujo es más evidente en los niños. Ellos disfrutan de la actividad sin pensar en ningún reconocimiento u objetivo.



TEORÍA DEL FLUJO

Se establece relación entre habilidades y desafíos que existen en una tarea a realizar, que puede conducir a un estado que Csikszentmihalyi llama flujo, o de plenitud creativa. Éste estado de flujo se traduce como un estado de euforia que produce placer, dada por un alto rendimiento.

Csikszentmihalyi reúne características propias del fluir: a) Equilibrio entre el desafío y las habilidades del individuo. La tarea ha de resultar ni muy fácil ni muy difícil. b) No hay miedo al fracaso. Se realiza la tarea sin pensar en los posibles errores. c) Disminución de la autoconciencia por estar envuelto en lo que se está haciendo. d) Acción y pensamiento forman la unidad. e) La actividad genera sorpresa continua. Se percibe como el descubriendo de algo nuevo, aunque sea repetitivo. f) La tarea es un fin en sí misma. Hay una carencia de objetivo; es agradable porque es gozosa. g) Existe seguridad de lo que hay que hacer. No existen dudas: cada paso surge por sí mismo. h) Se distorsiona el sentido del tiempo. La tarea puede ser motivo de muchas horas de trabajo, sin embargo el tiempo se evapora. i) Las distracciones las ignora la conciencia. Lo relevante es el momento presente: aquí y el ahora.

Cabe resaltar que Csikszentmihalyi también desarrolla un modelo de sistemas para la creatividad, donde propone que la creatividad es una interacción de tres elementos: campo (reglas y procedimientos simbólicos), ámbito (individuos que reconocen el mérito, legitiman) e individuos (aporta la novedad mostrando su capacidad de dominio del campo simbólico al que pertenece) Csikszentmihalyi plantea a la creatividad como un acto, idea o producto que ha de cambiar un campo ya existente o lo transforma en uno nuevo.

CAPÍTULO 2 ¿Cómo elaborar una propuesta de guía para desarrollar el proceso creativo?

Desarrollar el Proceso Creativo podría considerarse una tarea diaria donde existe diversidad de conexiones del individuo con su entorno, por lo que sería necesario hacer un análisis y cuestionamiento de como es abordado un tema tan importante para la carrera de Diseño y Comunicación Visual de la ENAP, por lo que se propone una guía.

Una guía, según la Real Academia Española, es un “tratado en que se dan preceptos para encaminar o dirigir en cosas, ya espirituales o abstractas, ya puramente mecánicas” y agregaría que es una serie de pasos que funcionan para explicar algún tipo de evento secuencial a una comunidad o grupo de personas; éste concepto nos direcciona a pensar primero de qué manera se puede guiar el proceso creativo y segundo a quién va dirigido. Los alumnos de la carrera de Diseño y Comunicación Visual de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, UNAM serían los receptores del material resultado de éste trabajo, con la finalidad de encaminarlos a una concientización del proceso creativo, mismo que ayude a desarrollarlo.

Adentrarse en la comunidad a la cual se dirige el trabajo, se abre la puerta a los antecedentes de la institución que la respalda, en éste caso, la Universidad Nacional Autónoma de México tradición en educación superior que cuenta entre sus instituciones con la Escuela Nacional de Artes Plásticas. Creada a partir de la Academia de San Carlos de la Nueva España (1781) con objeti-

1. Plan de Estudios de la Carrera de Diseño y Comunicación Visual, ENAP, UNAM. Mexico> UNAM, 1997.

vos centrados en la educación artística y visual, establecería en 1929, su entonces director, Diego Rivera, el programa: “Cursos nocturnos de carteles y letras para obreros”¹, que sería el precursor de lo que más tarde serían los cursos en Arte Publicitario y posteriormente la Licenciatura de Dibujo Publicitario, estableciéndose formalmente en 1968. La licenciatura de Comunicación Gráfica será aprobada por el Consejo Universitario en 1974.

Hoy con más de 200 años de antigüedad la Escuela Nacional de Artes Plásticas cuenta con la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual y Licenciatura en Artes Plásticas; con planta académica en sus tres sedes: Xochimilco, San Carlos y Taxco.

Las licenciaturas de Comunicación Gráfica y Diseño Gráfico son las que anteceden a la licenciatura de Diseño Comunicación Visual en la Universidad Nacional Autónoma de México. Debido al desarrollo de las tecnologías de la información se han construido un mercado global cada vez más exigente que requiere de conceptos visuales acorde al desarrollo social. En México existen más de 70 instituciones que ofrecen la licenciatura a fin a Diseño y Comunicación Visual, entre ellas están: la Universidad Autónoma de Guadalajara, Universidad de Monterrey, Universidad Iberoamericana, Universidad Intercontinental y Universidad La Salle, entre otras.

2. Idem, pág. 6.

Figura 2.2 Plantel Xochimilco de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM.



Antecedentes de la carrera

El antecedente más directo de la carrera de Diseño y Comunicación Visual es con las Artes Visuales. Desde sus inicios, el diseño gráfico ha tenido gran controversia pues unos están a favor de asignarle un valor artístico, mientras que otros niegan ésta posibilidad. Ante la controversia, el investigador Juan Acha responde que:

“Las diferencias entre la pintura y el diseño gráfico, pongamos por caso, no implica antagonismo sino complementariedad. Ambos son importantes: la pintura para el individuo y el diseño gráfico para la colectividad o las masas. Lo importante es que coexistan y que su coexistencia no sea jerarquizada. En suma, artes y diseños son igualmente importantes, cada uno en un campo específico. Constituye, pues un error garrafal postular que las artes tradicionales son más importantes que los diseños, igual que afirmar lo inverso”²

Y ésta importancia del diseño que refiere Acha se ha incrementado con el tiempo, su detonador fue la revolución industrial. A partir de éste acontecimiento, la comunicación por medio de imágenes se expandió de forma masiva. Las imágenes han sido caracterizadas para volverlas más atractivas y profesionales, cumpliendo la función de atraer al público y vender lo que oferta.

Figura 2.2.1 Alumnos de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM



2.3 Asignaturas que abordan el Proceso Creativo en la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM

Con el propósito de lograr una formación integral, el Plan de Estudios de la Carrera de Diseño y Comunicación Visual (1996), se fundamentó de acuerdo a estudios realizados con utilización de trabajos de evaluación y diagnóstico de los cuales se propone unificar las carreras de Comunicación Gráfica y Diseño Gráfico.⁴ A partir de entonces, la estructura curricular integra asignaturas de carácter obligatorio y otras de carácter optativo.

Las asignaturas obligatorias son la base para acercarse al conocimiento de la actividad profesional que marca el plan de estudios. Las asignaturas optativas proponen apoyar la formación del estudiante y permitir encauzar la diversidad de sus intereses. Se dividen en actividades de investigación, metodología, producción y experimentación.

4. Idem, pág. 6.



Figura 2.3 Alumna de la materia de Creatividad sensibilizándose con materiales diversos.

Si observamos el Plan de estudios de la carrera de Diseño y Comunicación Visual, encontraremos que desde el primer y segundo semestre la asignatura de Factores Humanos para la Comunicación Visual introduce al alumno con ejercicios que abordan la creatividad; ésta materia de carácter obligatorio será el primer encuentro académico y profesional con el tema. Más adelante, en quinto semestre, los alumnos tienen oportunidad de elegir dentro de las asignaturas optativas la asignatura de Creatividad, que se imparte en dos cursos: Creatividad I y Creatividad II. Dentro de la curricula de la orientación de Diseño Editorial está la asignatura de carácter obligatorio Lectura Imaginación y Creatividad I y Lectura Imaginación y Creatividad II.

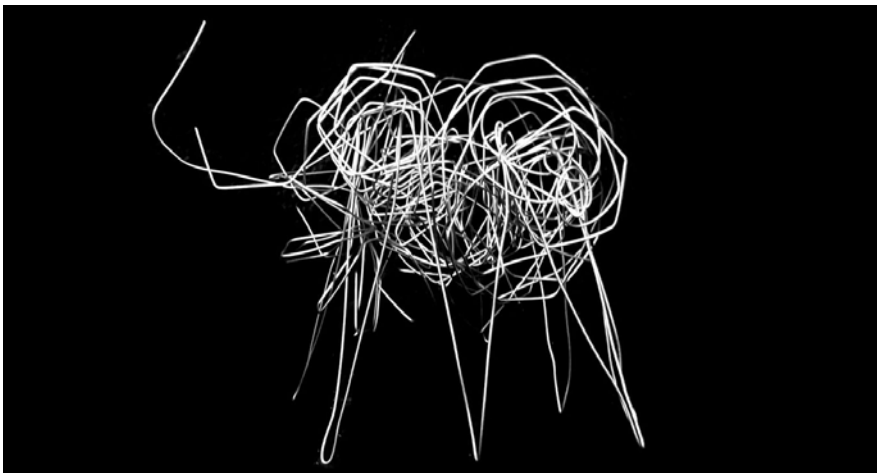


Figura 2.3.1 Ejercicios de la asignatura de Creatividad de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM

Asignatura de Creatividad I

Nivel profesional (a elegir entre el semestre V a VIII)

(asignatura complementaria optativa)

INTRODUCCIÓN A LA CREATIVIDAD

- ◎ Creatividad y tipos de pensamiento
 - Definición
 - Pensamiento convergente y divergente
 - Pensamiento lineal y pensamiento lateral
- ◎ La imaginación
 - La imaginación, la fantasía y la creatividad
- ◎ Expansion y contraccion de ideas
 - Positivo, negativo e interrogante
 - Variables, reglas consecuencias, objetivos, propósitos, alternativas o posibilidades, prioridades y puntos de vista
- ◎ Patrones de pensamiento

UNIDAD 2

POTENCIAL CREATIVO Y SU PROCESO

- ◎ Extensión de la lógica
- ◎ Transformaciones
- ◎ Criterios para la valoración de la creatividad
- ◎ Desarrollo de la inventiva
 - Inventos concretos y abstractos
 - Estrategia para el desarrollo de la inventiva
 - Como mejorar procedimientos
 - Modelo para desarrollar la creatividad

Asignatura de Creatividad II

Nivel profesional (a elegir entre el semestre V a VIII)

(asignatura complementaria optativa)

UNIDAD 1

DESARROLLO DEL PROCESO CREATIVO

- La cultura
- La experiencia sensorial
- La inteligencia e imaginación
- La motivación
- La automotivación

UNIDAD 2

COMPONENTES DEL PENSAMIENTO CREATIVO

- La fluidez
- La flexibilidad
- La originalidad
- La viabilidad
- El pensamiento convergente
- El pensamiento divergente

UNIDAD 3

CREATIVIDAD Y PERSONALIDAD DEL SER CREATIVO

- Potencial creativo y su proceso
- Etapas del proceso creativo: preparación, incubación, iluminación, verificación
- Características del ser creativo
- Creatividad y medio ambiente
- Creática

UNIDAD 4

DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD

- La creatividad individual
- La creatividad grupal
- La tormenta de ideas
- Preparación mental
- Plan de trabajo
- Calendarización de actividades
- La autoevaluación

En las tablas anteriores se observan la currícula de la asignatura de Creatividad, la cual esta fundamentada en el propósito de “desarrollar en el alumno sus capacidades en torno al pensamiento y actitud creativos”⁵, así como “introducir en el conocimiento del proceso creativo y estimular su capacidad creadora a fin de aplicarla en su actividad profesional”. Dentro del curso el profesorado apoya la experimentación para generar producción, manipulación y desarrollo del alumno en habilidades propias de la comunicación visual.

En cuanto a objetivos específicos de aprendizaje el alumno “analizará desde otro enfoque las posibles soluciones de los proyectos relacionados con su profesión”⁶ tener conocimiento del proceso creativo, identificando las características que ayudaran a estimular su capacidad creadora.

5. Idem. pág. 426.

6. Idem. pág. 428.

2.4 Elementos para la producción de la Propuesta de Guía para Desarrollar el Proceso Creativo

Análisis de la creatividad según el modelo de sistemas propuesto por Csikszentmihalyi.

CREATIVIDAD

Cultura	■	Reglas simbólicas
Persona	■	Aporta novedad al campo simbólico
Ámbito	■	Expertos reconocen y validan la innovación

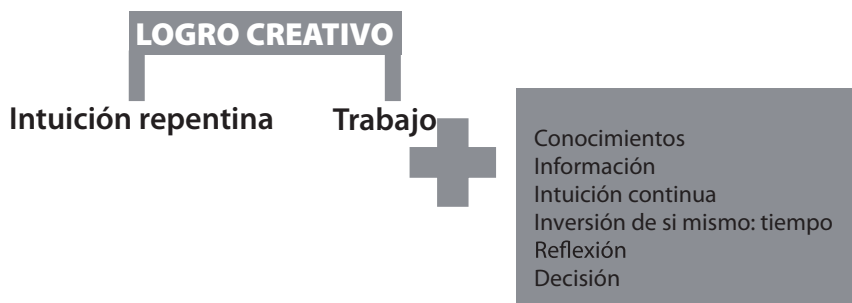
Idea, Producto, Descubrimiento (enriquecen la cultura y la calidad de nuestras vidas)

Csikszentmihalyi propone que, la interacción de los tres elementos: cultura, persona y ámbito, son el camino para tener como resultante la creatividad.

Cada elemento tiene características que se entretienen con los otros. El **campo** o lo que comúnmente llamamos cultura, está inmerso de reglas y procedimientos simbólicos que se han transformado históricamente y puede ser dominado por la **persona** aporta sus habilidades, experiencia lo que favorece la novedad en determinado campo. El **ámbito** es un grupo de expertos que están relacionados por intereses en un mismo campo y ayudarán a validar una novedad cuando la consideren como tal. La interacción de estos elementos dará como resultante una idea, producto o descubrimiento. Csikszentmihalyi menciona algo importante: “una persona no puede ser creativa en un campo en el que no ha sido iniciada”¹.

1. CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. Creatividad, el flujo y la psicología del descubrimiento y la invención. España: Paidós, 1998

Ésta última frase confirma que la idea de Csikszentmihalyi es que sólo alguien inmerso en ambiente y trabajo constante puede llegar a ser considerado creativo. Con ello se rompe con la imagen Vangohiana del genio apartado de la sociedad o del gremio y aún así llegar a ser considerado creativo como alguna vez se pudo llegar a pensar.



En el cuadro superior se puede observar como la aparición de un logro creativo es el resultado de años intensos de trabajo, donde a lo largo de estar en contacto persistente con elementos simbólicos de un campo, resulta una “intuición repentina”.

Gozo + Trabajo bien hecho = **PERSONALIDAD CREATIVA**

El disfrute de la actividad que se está realizando es un factor sumamente importante ya que genera un trabajo eficiente, bien logrado. Al hacer de la actividad un acto de gracia se invierte cada vez más tiempo, atención, vida. Esto ayuda mucho a desarrollar una personalidad creativa.

La personalidad creativa es aquella que cuenta con motivaciones, hábitos y rasgos que lo hacen fluir libremente, que están constantemente sorprendidas y tienden a cuestionar lo obvio. Para explicar mejor que es éste fluir, que se mencionó, Csikszentmihalyi propone la siguiente gráfica.

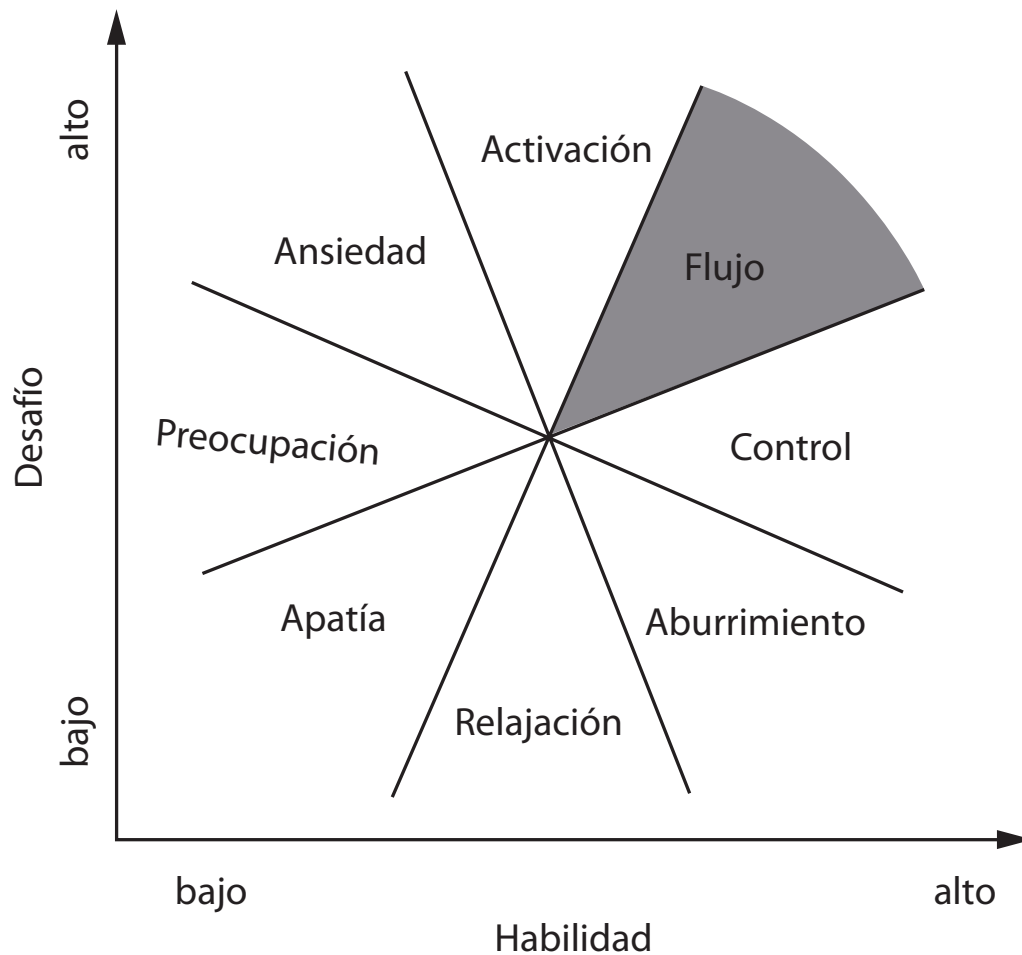


Figura 2.4 En la gráfica muestra que el estado de flujo se alcanza cuando los niveles de habilidad y de desafío están en su altura máxima.

Csikszentmihalyi resalta de manera especial el estado de flujo, que es un estado de conciencia que consume poco esfuerzo, es altamente enfocado, siempre se sabe lo que se está haciendo, y se carece de distracciones. En éste estado el miedo al fracaso no existe, sólo persiste un sentimiento placentero.

Esta información es resultado de las entrevistas a cretivos de diferentes campos, participaron desde físicos, biólogos, artistas hasta atletas de alto rendimiento. Las coincidencias en sus respuestas arrojan que existe un vínculo entre el flujo y la felicidad.

Csikszentmihalyi apunta a que existe una aplicación de energía creativa que posibilita el estado de fluir más libremente. También anima a considerar actividades mentales que faciliten soluciones novedosas. Entre estas consideraciones están:

Localización del problema. Consiste en detectar los problemas antes de que la percepción esté generalizada, aplicarlo en la vida cotidiana; ya que sí se puede aplicar en el día a día se puede cambiar la forma en que experimentas el mundo y la concepción del mismo también cambiará.

Expresar lo que te mueve. En este punto hace incapie en que puede cuestiones problemáticas que dificulten la vida, como en el caso de la comienzo de la vida se pueden encontrar pobreza, enfermedad o malos tratos de los padres... etc. El primer paso que propone para resolver un problema es hacerlo susceptible de solución. Verlo de tantos puntos de vista como sea posible, esto abre la percepción. También propone invertir la formulación del problema, pues de esta manera se puede ver que quizá ninguna de las formulaciones sea acertada.

Imaginar las consecuencias del problema, aquí se formula que puede haber más de una solución y se barajan todas para encontrar la más funcional para determinado caso. Ensayarla puede ser una manera de imaginar que sucedería si... Es válido ser indeciso varias veces, es un riesgo que los creativos pueden correr.

Poner en práctica la solución para ello es necesario experimentar o ir cambiando sobre la marcha lo que ya habías proyectado. La flexibilidad ayuda a encontrar soluciones para generar nueva información. Otra alternativa es el pensamiento divergente que consiste en ofrecer bastantes respuestas con facilidad, y que todas las ideas sean diferentes.

Estos puntos los cita Csikszentmihalyi como apuntes para la creatividad personal, aunque cabe apuntar que se ha especializado más en la creatividad que tiene que ver más con cambiar un campo en particular. Lo ideal es hacer cosas que son agradables para el individuo, aunque aprender un campo nuevo siempre es difícil es necesario iniciarse para llegar a dominarlo.

2.4.2 Elementos de diseño editorial

La tarea de formación requiere de ciertos conocimientos de diseño editorial. Teniendo en cuenta que será un instrumento que pretende facilitar el acercamiento de los alumnos a la creatividad, abrir caminos para estimular la circulación de la creatividad en su cotidianidad. Se plantea un diseño con lenguaje ligero, accesible en su formato y su contenido, para su fácil manejo.

A continuación se presentan algunos conceptos editoriales y de formación para preparar la Propuesta de Guía de Proceso Creativo.

El formato. La palabra formato, tiene referencia directa a la forma que contendrá la publicación que se quiera dar a conocer. Es en sí, las dimensiones de un libro o publicación en cuanto a su ancho y largo, la medida que resulta de doblar el pliego; cuantos más dobleces cuente el pliego, más pequeño será el formato.

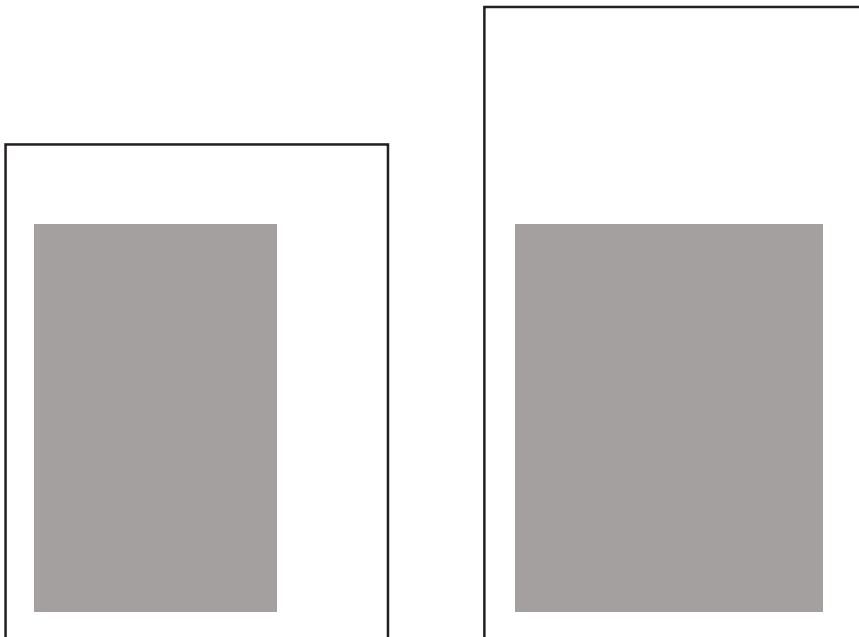


Figura 2.4.2 Tamaños de formato, carta y oficio.

La retícula. Es determinante en las dimensiones de la información que se esta presentando, consta de elementos a organizar tales como: tipografía, fotografía, ilustración y colores. Estos elementos se adaptan a los campos reticulares marcados para así formar una estructura ordenada visualmente.

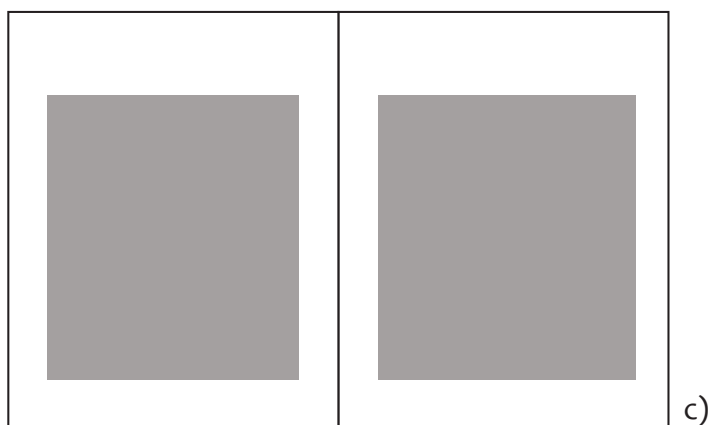
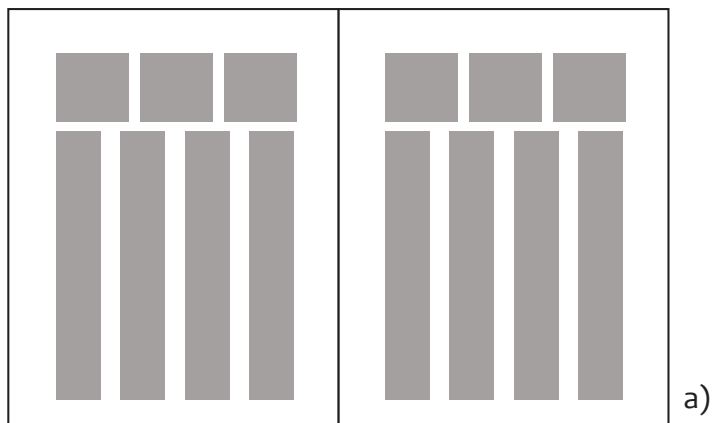


Figura 2.4.2.1 Diferentes tipos de retícula. a) tres columnas b) más de tres columnas, composición mixta c) una columna.

Tipografía. Es el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje. También se ocupa del estudio y clasificación de las distintas fuentes tipográficas.

Fuente tipográfica. Se define como estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por unas características comunes.

Familia tipográfica. Se define como estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por unas características comunes.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNopqrstuvwxyz
0123456789.:(*!?)

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

The quick brown fox jumps over

Figura 2.4.2.2 Fuente tipográfica

Pleca. Es un signo que consiste en una línea que en forma horizontal funciona para resaltar texto cuando se ubica debajo, o bien para separar textos de manera vertical.

ESTRUCTURA GENERAL

At augue te feugait,
volutat prat, se delis
duis nonumsa ndre-
ros acidui.Oborem ius
suenciduisim irilla facil
iurem corat.

Exeratis etere lo-
rises augue magnisit
nummod mod min ullan
ulpute tio er silutipu
politrem lorises augue
magerseber.

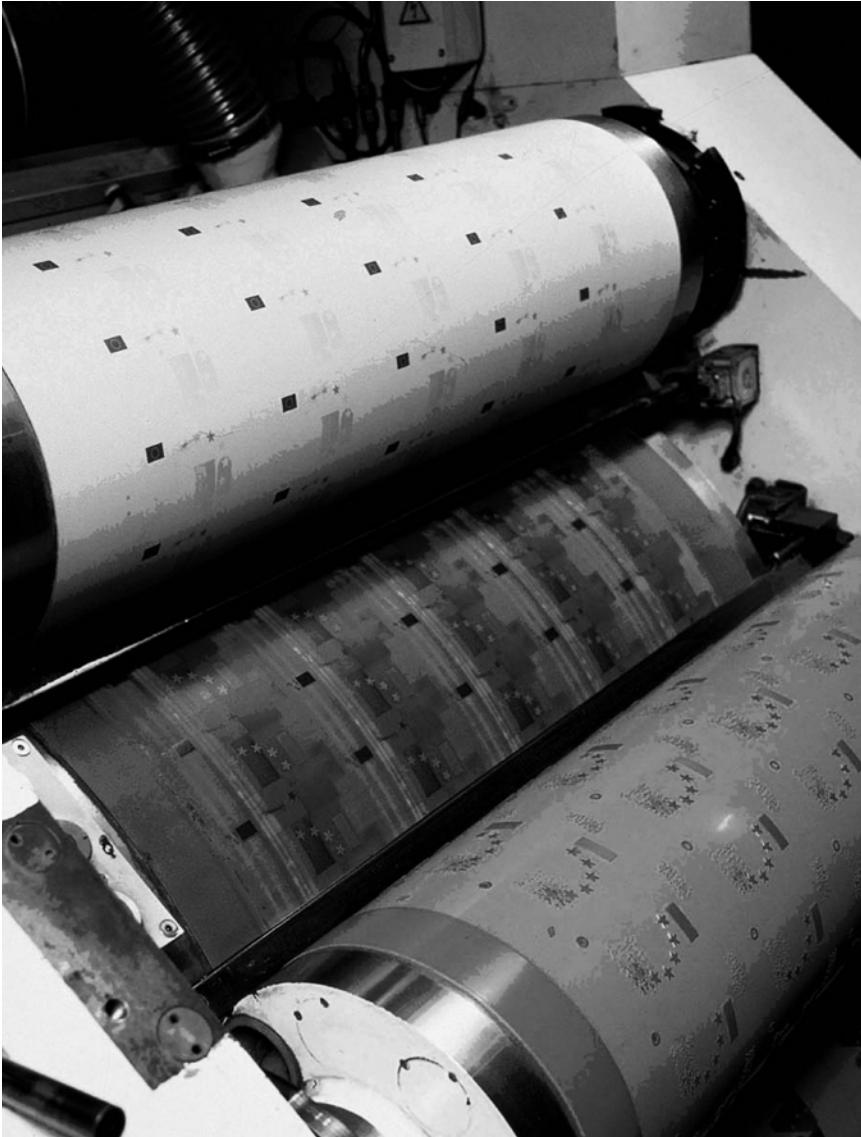
Figura 2.4.2.3 Pleca horizontal debajo de un título y pleca vertical que separa texto.

Impresión. La imprimir es utilizar procedimientos para marcar en el papel o en otra materia letras y otros elementos gráficos. Este proceso de impresión, actualmente se basa en la obtención de las páginas o pliegos impresos, según determinada maqueta. Para reproducir el número de copias que deseamos. Se utilizará un tipo de sistema de impresión de acuerdo a los resultados que deseamos obtener, imaginar en un tiraje para los alumnos de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM es pensar en un tiraje grande, que tomando en cuenta los diferentes sistemas de impresión que se cuentan: offset, digital, flexografía, huecograbado, serigrafía; el que más se ajusta es el sistema offset. Para entender un poco más, la siguiente información.

OFFSET. Utiliza máquinas de pliegos o rotativas con uno o más colores que utilizan planchas preparadas. Por medio de placas de superficie plana se pasa la imagen al sustrato, la imagen en la placa tendrá el mismo nivel, es decir, sin relieve, esto lo hace un sistema planográfico. Su principio básico es la imposibilidad



Figura 2.4.2.4 Imagen que muestra una parte del proceso de impresión Offset.



ad de que el agua y el aceite se mezclen. El método usa tinta con base de aceite y agua. La imagen en la placa recibe la tinta y el resto la repele y absorbe el agua. La imagen entintada es transferida a otro rodillo llamado mantilla, el cual a su vez lo transfiere al sustrato. Por eso se le considera un método indirecto.

El offset es el sistema más utilizado por los impresores por la combinación de buena calidad y economía, así como en la versatilidad de sustratos.

Este sistema de impresión es ideal para la impresión de: Volantes, anuncios, carteles, contratos, notas, trípticos, libretas, agendas, etc.

Figura 2.4.2.5 Rotativas listas para entintar el papel.

Capítulo 3 Propuesta de guía para desarrollar el proceso creativo

3.1 Elementos de contenido

Con apoyo de diversas fuentes bibliográficas se hizo un análisis de ejercicios propuestos por varios autores, el presente trabajo se apoya principalmente en los estudios de creatividad de Mihaly Csikszentmihalyi quién, como ya se mencionó, afirma que la creatividad es un acto, idea o producto; que en el caso del Diseño y la Comunicación Visual se traduce como el servicio gráfico que se ofertará a determinado público.

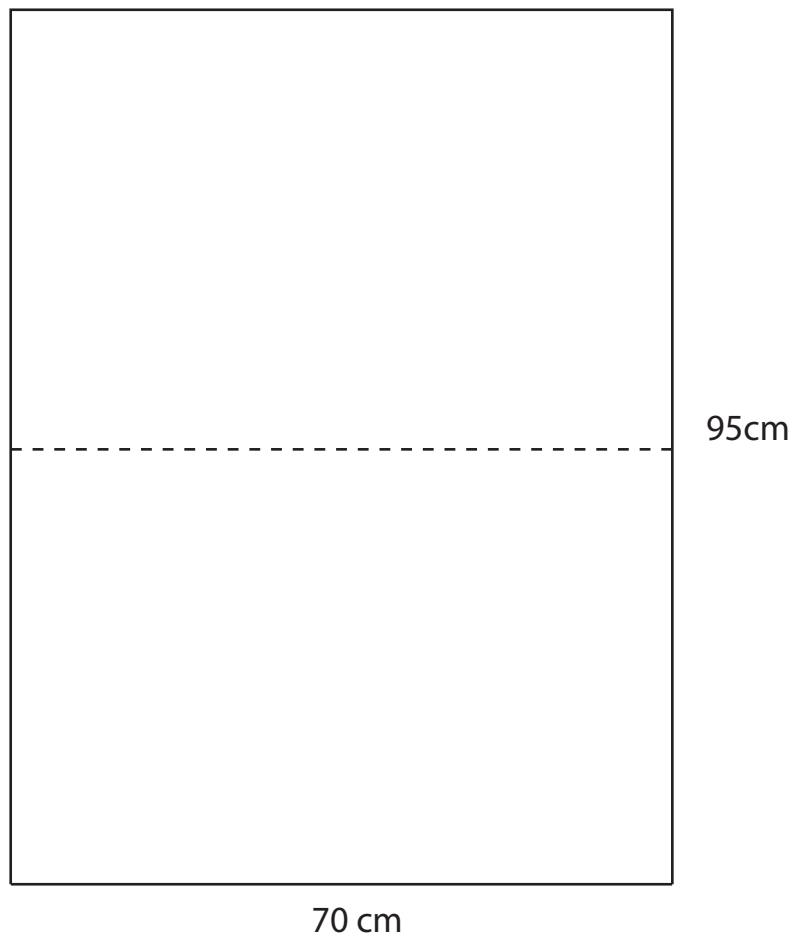
Se prepara un texto dirigido a los alumnos de la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM. El texto ofrece al alumno motivación para propiciar sus propias maneras de generar creatividad.

Conoce, Identifica y Actúa. Mediante estas tres sugerencias, se le invita al alumno a reconocer y desarrollar su proceso creativo, preguntando:

1. Conoce. ¿Qué es lo que me interesa?; De qué manera abordo mis intereses?; Juego en mis tareas (actividades)?; Me divierto?
2. Identifica. ¿Qué meta me propondré para ésta tarea? ¿De qué manera la puedo hacer divertida? Se sugiere tener un control de la consciencia, no buscar gratificaciones, buscar la más eficacia versus esfuerzo. Ten en cuenta que se puede hacer uso de recursos como cámaras fotográficas de video, celular, computadora y un sin fin de herramientas que pueden apoyar para hacerlo más gozoso.
3. Actúa. Busca actividades divertidas en las que puedas fluir. No busques el éxito. Dedicate a la actividad para gozar

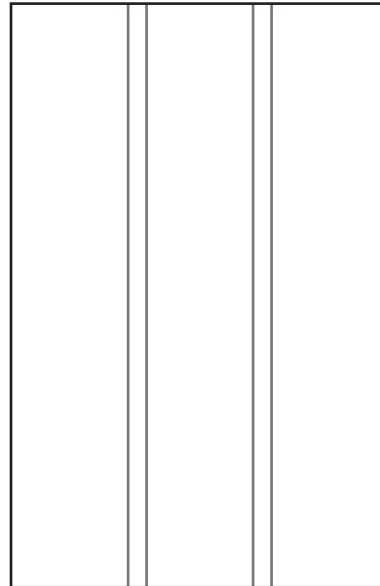
3.2 Propuesta de Diseño

El **formato** es simplificado, para facilitar su consulta. De un pliego de 70 x 95 cm de papel bond blanco de 105g. se obtendrían dos ejemplares.

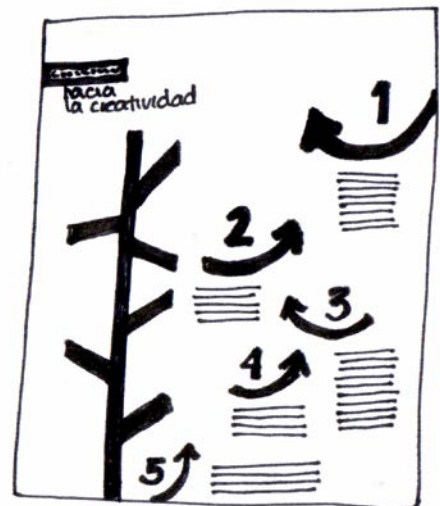
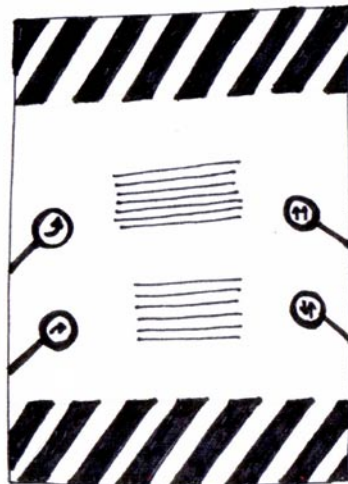
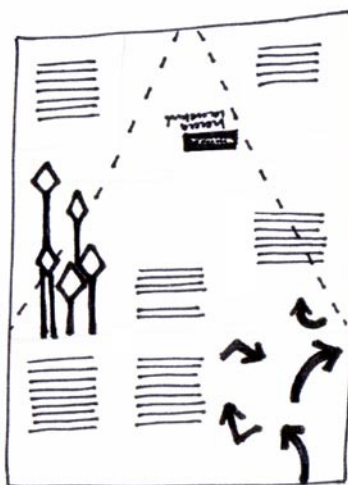


Papel Bond blanco de 105g

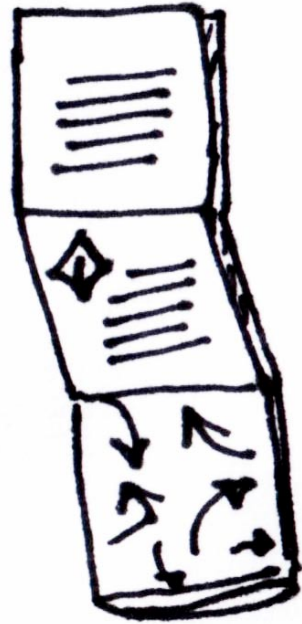
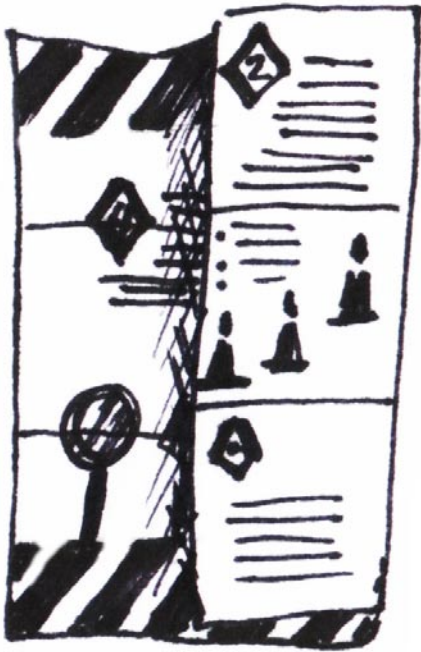
La **retícula** esta compuesta de tres columnas con medianil e 7 mm. para hacer un espacio armónico al momento de doblar.



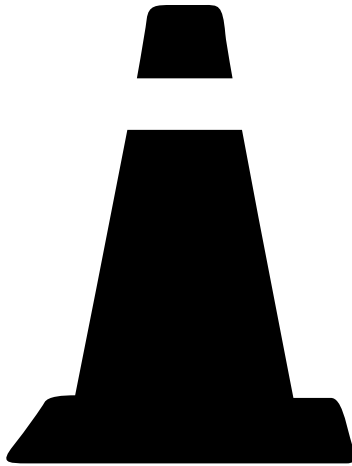
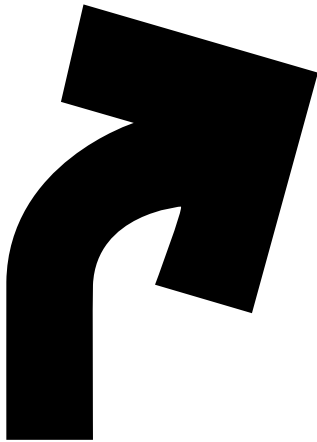
Se **preparan bocetos** de los elementos que se tienen, texto y se piensan en otros elementos graficos para bocetar. Se utilizan elementos referentes a la carretera tomando sugiriendo que la creatividad es un camino a recorrer.



Se hace el boceto de doblez probando pensando coincidir con la retícula.



Se toman los elementos bocetados y se traspasan en vectores en la computadora. Iniciando pruebas de relación entre colores y formas; símbolos y texturas a fin de acomodarlos de una manera organizada, de fácil lectura y comprensión.



Hacia que dirección?

Estando desde un punto de partida a elegir que dirección se ha de tomar, es difícil. Para ello es necesario identificar hacia donde vamos, centramos en una cuestión o cuestiones de mayor importancia. Que es lo que me interesa resolver. Si en este momento careces de algún reto, busca alguno. Pon a trabajar tu mente.



Hacia que dirección?

Estando desde un punto de partida a elegir que dirección se ha de tomar, es difícil. Para ello es necesario identificar hacia donde vamos, centramos en una cuestión o cuestiones de mayor importancia. Que es lo que me interesa resolver. Si en este momento careces de algún reto, busca alguno. Pon a trabajar tu mente.



Hacia que dirección?

Estando desde un punto de partida a elegir que dirección se ha de tomar, es difícil. Para ello es necesario identificar hacia donde vamos, centramos en una cuestión o cuestiones de mayor importancia. Que es lo que me interesa resolver. Si en este momento careces de algún reto, busca alguno. Pon a trabajar tu mente.



Hacia que dirección?

Estando desde un punto de partida a elegir que dirección se ha de tomar, es difícil. Para ello es necesario identificar hacia donde vamos, centramos en una cuestión o cuestiones de mayor importancia. Que es lo que me interesa resolver. Si en este momento careces de algún reto, busca alguno. Pon a trabajar tu mente.



3.3 Presentación final

2

Herramientas para un buen viaje

Una vez identificado, revisa cuáles son las herramientas que mejor se adaptan para encaminarte a la solución del problema. Prueba con varias. Puede ser cualquiera que tengas al alcance de la mano.

Ejemplos

- cámaras fotográficas
- de video
- teléfono celular
- computadora
- música
- otros

Ejercicios

- relaciona
- observa
- organiza

3

Vallas en el camino

Durante el proceso, tal vez, encontrarás bloqueadores mentales, es decir, aquellos hábitos que venimos arrastrando desde hace mucho y no nos permiten continuar en el flujo hacia nuestras metas y hace que nos saboteemos o nos desviemos de los mismos. Identifícalos. Conocerse es tan importante y será el primer paso para un buen principio. No te detengas. Anota, registra. Y lo mejor: toma un descanso, disfruta una actividad. ¡Conéctate!

Camino de búsqueda

Este documento es un instrumento para ti que estas preparando para hacer frente a problemas y soluciones gráficas.

Tiene un formato simplificado, puede ser consultado en cualquier momento, atendiendo a los problemas más comunes para dar una solución gráfica.

1

¿Hacia que dirección?

Cuando estes en el punto de partida, en posición de elegir que dirección tomar, es necesario identificar los objetivos y centrar la atención en una cuestión específica de mayor importancia. Cuestionate **¿Qué es lo que me interesa resolver?** o si ya tienes algo por resolver. Si en este momento careces de algún reto, busca alguno. Pon a trabajar tu mente. Inicia

Se te proporcionan prácticos pasos que te ayudarán a encaminarte para buscar resolver problemas que se presentan a lo largo de la carrera y del campo de trabajo

FRENTE de guía



Registro

Toma nota en una bitácora o carpetas digitales, según convenga, ve archivando y registrando toda la información que pueda relacionarse de manera directa o indirecta a tu problema visual a resolver. Organiza el material, servirá para sumar ideas.



Llegando a la meta

Una vez organizada tu bitácora, ve dando forma a la idea final. Si llega el momento en que solución te parece confusa, date un tiempo y relájate. Dibujar, manchar y garabatear son actividades que también pueden ayudar a relajar y divertir la búsqueda. Experimenta y cuando te des cuenta estarás más cerca de lo que buscas.



VUELTA de guía

CONCLUSIONES

De la presente investigación se desprenden una serie de conclusiones relevantes no sólo para entender la Creatividad en el campo del Diseño y la Comunicación Visual, sino, incluso, para la aplicación en la vida personal y social. De hecho, si se revisa el modelo de sistemas de Csikszentmihalyi, hace esta separación catalogando la creatividad con “c” y Creatividad con “C” resaltando con mayúscula aquella que cambia un campo de conocimiento y la minúscula en un grado personal. Teniendo en cuenta ésta separación es claro que los alumnos de la Escuela Nacional de Artes Plásticas tendrán que desarrollar su Proceso Creativo de acuerdo a un campo específico: el Diseño. De acuerdo con esto se encuentra qué:

- En investigaciones anteriores a las del modelo sistémico de Csikszentmihalyi, la Creatividad era estudiada de acuerdo a las capacidades y limitantes del individuo; poco se había estudiado a grandes grupos de especialistas de diferentes ramas que han cambiado la cultura. Tomar en cuenta al campo y al grupo de especialistas que han de aprobar un descubrimiento y no sólo al individuo es un gran avance y ofrece una visión más amplia, que no sólo podría ayudar al campo del Diseño y la Comunicación Visual, sino en todos los campos de conocimiento que han de desarrollar un proceso creativo.

-El trabajo de análisis abocado a partir del segundo capítulo, al modelo sistémico, hace notar que más que aprender por medio de ejercicios a desarrollar el proceso creativo lo que necesitara el individuo es estar en contacto directo con el campo y trabajar

en él. Esto dirige a pensar que el caso de un individuo que estudia Diseño y Comunicación Visual, ha de necesitar para desarrollar su creatividad, además de estar en contacto con académicos especialistas en el campo, relacionarse con futuros colegas o cuando él mismo sea egresado estar en contacto con otros que llevan camino avanzado. Así como demostrar con persistencia de trabajo y resultados del mismo sus capacidades creativas.

- Aunque en un principio se tenía como objetivo para el proyecto como la posibilidad de su aplicación como herramienta didáctica para los alumnos de la carrera de Diseño y Comunicación Visual; el análisis comprobó que es contradictorio en sí mismo hacer *Una Propuesta de Guía para el Desarrollo del Proceso Creativo*. Sumado a que desarrollar la creatividad con “C” como explica Csikszentmihalyi implica más que el individuo.

- La presentación que se hace de la *Propuesta de Guía para el Desarrollo del Proceso Creativo* ofrece pequeñas sugerencias que ayudarían a desarrollar la intuición, utilizar herramientas disponibles y propiciar la búsqueda de estrategias propias para desarrollar el Proceso Creativo. Esto, basándose según el modelo sistémico de Csikszentmihalyi, supondría un apoyo únicamente como individuos, no como especialistas del Diseño. Su funcionalidad sólo podría comprobarse o refutarse en estudios posteriores.

- La propuesta en la presentación final se tituló *Camino de búsqueda*, que siguiendo con el objetivo inicial del proyecto, se ofrece como documento (no como guía) que pueda servir a los alumnos de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, para que por medio registros de bitácora, que siempre son empleados por los creativos de todas las áreas, pueda funcionar como un punto que los ayude a seguir en su búsqueda.

BIBLIOGRAFÍA

A. DE SANCHEZ, Margarita. Desarrollo de habilidades del pensamiento. Creatividad
México: Trillas, 1995

BARRON, F. Personalidad creadora y proceso creativo
Madrid: Morova, 1976

BAÑOS, Miguel. Creatividad y Publicidad
España: Laberinto, 2001

BAYER, Raymond. Historia de la Estética
México: F.C.E., 1974

BUZAN, Tony. El poder de la inteligencia creativa.
España: Urano, 2005

CASTILLO, R. Gonzáles. Desarrollo de la creatividad: un enfoque psicosocial
México: UMAM, Tesis, 1982

CHAUCHARD, P. El cerebro y la mano creadora,
Barcelona: Narcea, 1972

CHAUCHARD, P. La creación evolutiva
Barcelona: Fontanella, 1969

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. Creatividad, el flujo y la psicología del descubrimiento y la invención.
España: Paidós, 1998

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. Flujo una psicología de la felicidad
Barcelona: Kairós, 2007

DE BONO, Edward. Pensar bien
México: Selector, 2001

DE BONO, Edward. El pensamiento creativo: El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas.

México: Paidós, 2004

GARDNER, Howard. Arte, mente y Cerebro: una aproximación cognitiva a la creatividad. México: Paidós, 2005

GARDNER, Howard. Mentas extraordinarias

Barcelona: Kairós, 2005

GÓMEZ Rincón, Mercedes. Creatividad integral

México: Pax, 2005

GORDILLO, J. Lo que el niño enseña al hombre

México: Campae, 1977

MARIN IBAÑEZ, Ricardo. La creatividad

Barcelona: Leac. 1980

KIRST, Werner, Diekmeyer Ulrico. Desarrolle su creatividad

Bilbao: Mensajero, 1984

KLEIMERMAN, Norman. Métodos de Investigación y trabajos semestrales

México: Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 1977

OGALDE CAREAGA, Isabel. Los materiales didácticos

México: UNAM, Tesis

PAZAOLA, Juan. Introducción a la Estética

Madrid: Universidad de Deusto. 1991

RODRÍGUEZ ESTRADA, Mauro. Manual de creatividad

México: Trillas, 1990

ROJO CONTRERAS, Andrea. Procesos creativos
México: UNAM, Tesis, 2003

SHELDRAKE, Rupert. Caos, creatividad y conciencia cósmica
Castellón de la Plana: Ellago, 2005

SHOENING, Arturo. La fábrica de ideas, cómo desarrollar el potencial creativo
México: Trillas, 1999

TATARKIEWICZ, Wladyslaw. Teoría de la Estética I
Madrid: Ediciones Akal, 1987

NOVAES, Ma. Elena. Psicología de la aptitud creadora
Buenos Aires: Kapelusz, 1980