Educación creativa y estratégica del diseño

Por Alvaro Magaña

Las complejas demandas que hoy enfrenta la profesión, obligan a redefinir el rol de la creatividad en la didáctica y en el ejercicio profesional de los diseñadores.

Artículo escrito en co-autoría con Luis Ahumada.
Cuando rondamos la discusión repetida acerca de la relación del diseño con el arte, suele aparecer —con o sin razón— la idea popular de que ambas actividades son manifestaciones de la "creatividad" humana, aunque la creatividad por si misma sea antigua e inherente a la evolución de la cultura, como nos lo dejan ver el descubrimiento de nuevas y mejores herramientas, así como también la invención de la escritura, la rueda, la minería, la agricultura y casi todo lo que nos rodea y sirve para algo; todo lo que tuvo su momento primigenio en accidentes afortunados (la litografía), o en intrincadas elucubraciones matemáticas (la física relativista), en trances místicos (las religiones), en mejoras acumulativas (la democracia representativa), etc. Por lo tanto siempre ha habido avances y desarrollos que podemos adjudicar a la creatividad. Tratar entonces de caracterizar las actividades humanas por la cantidad de creatividad implícita en ella, es un ejercicio que corre el riesgo de ser injusto con las disciplinas que en apariencia son rutinarias y estructuradas, pues todo lo que hace el hombre en algún momento debe recurrir a dosis variables de creatividad, dependiendo de las circunstancias y las condiciones en que debe realizarse.[1]

Entonces, si la creatividad es una cualidad afortunadamente democrática, poseerla no debiera ser un asunto de mayor desvelo para los diseñadores. Sin embargo, la demanda social y el rol asumido por ellos, impone la obligación de alinear muchos de sus recursos intelectuales y técnicos bajo el propósito de ser *creativos*.[2]

Innata o Adquirida

La oferta académica creciente y la heterogeneidad de los estudiantes que ingresan a estudiar carreras de diseño, son factores que plantean por si mismos diversas preguntas que merecen ser contrastadas con las aptitudes que se espera posean los estudiantes, o bien con el perfil que se espera que desarrollen durante el proceso de estudio.

¿Deben las personas que estudian diseño ser particularmente creativas en independencia de su formación académica? ¿Puede esta cualidad desarrollarse sistemáticamente en un curso o una serie de ellos? ¿Qué factores inciden en que una persona posea predisposición a actuar creativamente? ¿Son estos factores aislables y reproductibles con afán educativo? ¿De qué diferentes formas se puede integrar la creatividad a la disciplina de diseño? ¿Debe la

disciplina definir un tipo específico de creatividad?

Podemos generar un acuerdo estableciendo que la creatividad es una cualidad de todas las personas, pero que no necesariamente se utiliza, desarrolla, incentiva o nutre de nuevas formas de actuar y pensar.

La propia educación escolar muchas veces inhibe el desarrollo de esta capacidad innata, a través de unos métodos de enseñanza rígidos, únicamente funcionales y poco reflexivos, en que el razonamiento se centra preferentemente en la memorización y no en la comprensión global y parcial de los contenidos, generándose con ello la incapacidad de integrar objetivos, contenidos, formas de aprendizajes, etc.

Si bien estas situaciones las vemos a diario en un gran porcentaje de alumnos faltos de motivación e iniciativo —que muchas veces sólo cuentan con algunas habilidades gráficas (capacidad de dibujo, uso de programas de edición digital)—, es justamente ante estas circunstancias donde la creatividad debe actuar como una puerta por donde todos puedan pasar, y para ello es deseable establecer racionalmente mecanismos de desarrollo creativo. Es en este sentido de creación racional, donde situaremos a la innovación como resultante de las acciones y actos creativos estratégicamente pensados.

Con lo anterior nos referimos concretamente a la capacidad de comprender el contexto de los problemas o necesidades a los cuales nos enfrentamos, identificar las oportunidades de diferenciación a través del conocimiento, y con ello emprender las posibles soluciones con un alto grado de inteligencia en todos sus enfoques, generando procesos racionales y sentientes[3] que permitan elaborar soluciones fundamentadas e innovadoras, capaces de desarrollar proyectos de Diseño globales y no únicamente acciones de diseño puntuales.

De esta forma podemos enunciar que la disciplina del Diseño debe integrar aspectos creativos, investigativos, estratégicos y de desarrollo formal para realizar las acciones del diseño (diseñar), por lo que es necesario motivar y generar una cultura innovadora en la formación de diseñadores profesionales a través del trabajo cooperativo, la búsqueda de nuevas oportunidades de involucrar a la disciplina en otras áreas del conocimiento, y de realizar investigaciones y desempeños capaces de capitalizar nuevos conocimientos generadores de valor añadido.

Enseñando a diseñar

Es muy frecuente que la capacidad de entender y actuar desde el Diseño se desarrolle como un complejo entramado de experiencias, ya que formalmente nuestra educación escolar no cultiva habilidades cognitivas creativas (capacidades sensibles y reflexivas), por ello los alumnos que ingresan a las escuelas de Diseño, principalmente lo hacen pensando en la tecnología en tanto gran área de interés y forma de expresión, sin comprender el significado ni la complejidad que involucra el pensar planificadamente el Diseño como proceso proyectual de innovación.

Bajo ésta óptica es posible mencionar dos aspectos de importancia para entender los alcances del Diseño en la formación de nuestros estudiantes: el primero de ellos es "aprender a

diseñar", esto quiere decir comprender claramente un proyecto de diseño que conlleva una solución (objetivo) de forma, función y comunicación; el segundo aspecto concierne al "desarrollo de estrategias de Diseño" capaces de proyectar nuevas oportunidades de innovación, aplicables a productos, procesos productivos, o comunicación corporativa. Sin duda este último enfoque requiere una experiencia mayor, pues debe considerar las actividades operativas propias del diseño (diseñar) como dominadas, y comprender globalmente el escenario de actuación para generar estrategias posibles de realizar. El pensar y actuar creativamente exige que ambos enfoques sean desarrollados por los estudiantes de Diseño.[4]

Los efectos del Diseño

Sin lugar a duda y tal como lo hemos planteado, la enseñanza del Diseño debe ser un proceso gradual y un desafío constante para la obtención de habilidades de diferentes índoles, ya sean creativas, cognitivas o experimentales. Por ello, reflexionar el Diseño como una actividad que se genera a través de un pensamiento creativo y un pensamiento estratégico, establece una relación directa con la expansión de la disciplina, considerando aspectos de gestión y planificación como conocimientos necesarios para el desarrollo profesional del diseñador, debido a la necesidad de las empresas de incorporar la creatividad, la innovación y la investigación como herramientas de competitividad.

De éste modo la gestión estratégica de Diseño debe ser considerada una extensión productiva de las áreas del Diseño tradicionales (gráfico, industrial, etc.), un ámbito que permite pensar los escenarios futuros, las acciones y los efectos que cada día están tornándose más comunes y menos determinados.

Desde nuestro enfoque disciplinar (académico y profesional) podemos considerar que hoy no basta con mostrar cómo se diseña, sino hace falta entender por qué se diseña, qué beneficios generan los diseños que realizamos, cuál es la importancia estratégica de su utilización —en las empresas, organizaciones, asociaciones y sectores productivos, ya sean de servicios o de fabricación—, y qué influencia tiene sobre el crecimiento y desarrollo de provincias, países y regiones. Lo que obliga a replantearse la definición de creatividad, en su más amplio espectro, como una capacidad racional y emocional de modificar e intervenir, no sólo lo puramente formal y comunicacional, sino todo el proceso, abarcando lo conceptual, metodológico, operativo y, como hemos visto, también lo estratégico.

Publicado el 03/01/2007

---

1. Aunque también debamos reconocer que cuando hay grandes limitaciones para acceder a soluciones predefinidas la necesidad de plantear alternativas diferentes se torna especialmente atractiva, de ahí que ya se ha dicho que: “a menores recursos, mayor creatividad”.

2. Por ejemplo, ser Director Creativo, es una posición apetecible dentro de ciertas empresas del rubro.

3. Facultad de la inteligencia, definida por el filósofo Xavier Zubiri como aquella en que la intelección fluye desde los sentidos.

4. Si bien, muchas veces las labores del diseño se limitan a la solución de problemas definidos y concretos, es cada vez más frecuente observar la necesidad de profesionales capaces de gestionar proyectos, elaborar estrategias y planes de acción, con la finalidad de realizar proyectos complejos y no únicamente soluciones operativas en las cuales sin duda interviene la creatividad.

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/educacion-creativa-y-estrategica-del-diseno