

Escenarios visuales para la interpretación gráfica de conceptos¹

VISUAL SCENARIOS FOR GRAPHICAL INTERPRETATION OF CONCEPTS

CENÁRIOS VISUAIS DE INTERPRETAÇÃO GRÁFICA DOS CONCEITOS

Lourdes Pilay García

Magister en Diseño Estratégico
 Escuela Superior Politécnica del Litoral
 mdpilay@espol.edu.ec

Recibido: 24 de febrero de 2017

Aprobado: 2 de junio de 2017

<https://doi.org/10.15446/bitacora.v27n4Esp.62901>

Resumen

El diseño gráfico es una disciplina que promueve el desarrollo creativo de ideas y conceptos, tanto en la práctica académica como en el campo profesional, con el fin de innovar en la comunicación y en la construcción gráfica de un producto final. Sin embargo, uno de los problemas principales de la producción gráfica de una idea es la rapidez con la que se ejecuta la tarea y la escasa intervención del pensamiento lateral para que la obtención de propuestas ilustradas que se destaquen o agreguen valor a un encargo. Para mitigar la dificultad en la producción gráfica de conceptos, se propone entrenar la observación como un punto de partida de la acción gráfica e impulsar el pensamiento lateral como instrumento de búsqueda de nuevas alternativas creativas, a través de la introducción de escenarios visuales. A continuación se presenta un ejercicio realizado con estudiantes de Taller de Diseño Gráfico que permite constatar las tácticas para la producción de un concepto. La actividad evidencia que en la etapa inicial del encargo el grupo grafica rápidamente y los primeros resultados son bocetos *commodity* del significado. La idea clave del ejercicio es pasar de lo evidente a lo transformacional.

Palabras clave: pensamiento lateral, *commodity*, conceptos, producción gráfica, escenario visual.

Abstract

Graphic design is a discipline that promotes the creative development of ideas and concepts, either in academic or professional practices, with the purpose of innovating in the communication and graphic construction of a final product. However, one of the main issues observed in design during the graphic production of an idea, is the quickness to execute a task and the lack of intervention of lateral thinking as an instrument to seek new creative alternatives through the introduction of visual scenarios. Following, a participatory observation methodology is applied with students in the fourth semester of the Graphic Design Workshop course that allows the observation of tactics in the production of a concept. The exercise exposes the answer to “commoditize” meaning for a faster graphic execution in the final phase of the assignment. The key idea of the exercise is go from the evident to the transformational.

Keywords: lateral thinking, commodity, concept, graphic production, visual scenario.

Resumo

O projeto gráfico é uma disciplina que promove o desenvolvimento criativo de idéias e conceitos, tanto na prática acadêmica como na profissional, a fim de inovar na comunicação e construção gráfica de um produto final. No entanto, um dos principais problemas encontrados no projeto para a produção gráfica de uma idéia, é a velocidade com que a tarefa é executada e a escassa intervenção de pensamento lateral à apresentação de propostas mostradas excelentes obtidas ou que proporcionem valor acrescentado é executado um pedido.

Para atenuar a dificuldade de produção gráfica de conceitos, propõe-se para treinar a observação, como o ponto de partida da ação gráfica e, assim, incentivar o pensamento lateral como uma ferramenta para busca criativa de novas alternativas através da introdução de cenários visuais. É então aplicada uma metodologia de observação participante com o quarto semestre os alunos de Design Gráfico Workshop. O exercício no estágio inicial da Comissão como o grupo racionaliza a resposta para o sentido e gráfico, assim, comoditizar rapidamente. A ideia-chave do exercício é para passar o óbvio para transformacional.

Palavras-chave: o pensamento lateral, mercadería, conceito, produção gráfica, o cenário visual.

¹ Este artículo fue desarrollado en el marco del grupo de investigación Feminismo, Artesanía, Diseño y Arte (FADA) de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, ESPOL (Guayaquil, Ecuador).

1. Introducción

Los productos de diseño que forman parte del entorno cultural y social, desde una marca hasta un objeto tridimensional, pasan por un proceso de investigación, análisis e interpretación que se traduce en ideas potenciales y en mensajes comprensibles para el público. En consecuencia, la ideación resulta ser –probablemente– uno de los caminos más divertidos y caóticos por los que transita el diseñador gráfico en el momento de producir una idea. Robin Landa (2011) define a la idea como el pensamiento creativo que sostiene una solución de diseño. En este sentido, la expresión de la idea estará sujeta a la integración y al manejo de elementos verbales y visuales que lo lleven a un concepto.

La psicóloga Kalina Christoff (Christoff, et al., 2016: 720) reveló que las mejores ideas surgen cuando estamos aparentemente “distráidos” porque se trata de “un estado mucho más activo de lo que imaginamos, más incluso del que requiere un razonamiento complejo”. Es decir, que en ese momento de despiste, en realidad, la actividad cerebral se encuentra alerta y atenta a identificar conexiones y patrones con la información que tiene, hasta que da nacimiento a la idea. Para el diseñador gráfico esta generación de ideas se convierte en un instante decisivo que determina la elección entre una propuesta innovadora o la repetición de lo existente. Es parte de su ejercicio profesional desarrollar conceptos potentes que logren captar la atención de la audiencia, por ello, la comprensión de las formas de producción inicial de estas ideas merece reflexión, tiempo y cuidado.

Durante la carrera de Diseño Gráfico se fomenta la creatividad presentando al alumnado herramientas que estimulen el pensamiento creativo, el mismo que conocemos como pensamiento lateral. Según la teoría de Edward De Bono (1986), el enfoque del pensamiento lateral demuestra que este está íntimamente ligado a la creatividad, la cual, no es del todo intuitiva, sino que se ejercita, se practica y se aprende (aprendizaje activo). De Bono señala que cuando se identifican las ideas preponderantes se deben deformar progresivamente hasta que pierdan su identidad. De este modo, alejado de la primera característica encontrada, se llega a una transformación significativa. Es ahí cuando ponemos en marcha nuestro lado derecho del cerebro o pensamiento lateral. Además, el autor enfatiza en que el pensamiento lateral es un modo de usar la mente y tiene como función la liberación del efecto restrictivo de las ideas anticuadas. Resulta interesante este punto de vista ya que es una invitación a la exploración creativa y progresiva de las ideas. Ahora bien, para que esta evolución sea posible hay que despojarse de lo evidente y correr riesgos dejando libre la imaginación, la inspiración y la iniciativa en las propuestas que se realicen paso a paso.

Surgen entonces cuestionamientos con respecto al tratamiento inicial de los conceptos en un proyecto de diseño. En primer lugar, cabe preguntarse ¿cómo se visualiza o se traduce ese concepto en un elemento tangible? En segundo lugar es importante plantearse ¿cómo diferenciarlo para no conseguir un *commodity*² de aquellas primeras respuestas gráficas? Siendo

Lourdes Pilay García

Magister en Diseño Estratégico de la Universidad de Valparaíso (Chile). Directora del proyecto *Conservación de las artesanías tejidas del parroquia Chanduy de la costa ecuatoriana a través de la creación de un laboratorio experimental de diseño*, del grupo de investigación Feminismo, Artesanía, Diseño y Arte (FADA) de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, ESPOL (Guayaquil, Ecuador).

² Un *commodity* es un producto o un bien por el que existe una demanda en el mercado y se comercia sin diferenciación cualitativa en operaciones de compra y venta. En diseño, el *commodity* corresponde a la generación de propuestas de diseño con baja diferenciación estética y comercial.

el commodity un elemento sin diferenciación que se expone, en este caso, para evidenciar la producción gráfica de las ideas.

Este artículo relaciona diferentes conceptos con la producción gráfica, representada por el boceto, y su transformación visual reflejada en un ejercicio de observación. La intención del ejercicio es comprobar cómo al plasmar gráficamente un concepto, la producción gráfica puede derivar en ideas repetitivas o en *commodities*.³ Para ello, se realizó una práctica de conceptualización con un grupo de estudiantes de Taller de Diseño Gráfico, en la cual, se utilizó un instrumento denominado Pauta de Observación de Escenarios Visuales para mejorar la respuesta creativa de los participantes.

2. Metodología

Con el propósito de obtener resultados válidos para el desarrollo de la investigación, se realizó un taller de conceptualización con estudiantes de Diseño Gráfico que cursaban el cuarto nivel de la carrera (séptimo semestre), el cual tenía una metodología empírico-analítica para el objeto de estudio: el pensamiento lateral y la comoditización de bocetos. En primer lugar, se identificó un problema recurrente de los estudiantes de diseño en el momento de plasmar las ideas: el resultado del primer boceto basado en un concepto es muy similar entre los participantes del taller. Luego, a partir de un ejercicio de observación, se planteó la hipótesis de la comoditización de ideas iniciales. Para la comprobación de la misma, se diseñó un instrumento denominado Pauta de Observación de Escenarios Visuales (véase Tabla 2) que permitió reconocer coincidencias en el tratamiento inicial de las ideas y la transformación de los conceptos entregados. Esta práctica se basó en la interpretación visual de conceptos que propone el diseñador español Javier Jaén (2015) en un curso digital de ilustración editorial.

De igual manera se realizó una revisión bibliográfica de fuentes primarias (sobre la relación de ideas, la creatividad y el pensamiento lateral) y de fuentes secundarias (artículos científicos y ensayos) que, junto con las conclusiones del taller, permitieron obtener resultados interesantes para mejorar las propuestas visuales en el aula y la generación de ideas innovadoras de un concepto determinado.

3. La interpretación visual y la ruptura de la obviedad

Campbell (1960) describe el proceso creativo como la “mutación” de un pensamiento en muchas variantes diferentes para generar ideas y la evaluación de las ideas para seleccionar la variante más apta o mejor. Tal como confirman Sternberg y Lubart (1997), la creatividad está relacionada con la generación

de ideas relativamente nuevas, apropiadas y de alta calidad. Entonces, ¿qué necesita el diseñador para que las buenas ideas surjan? Varios autores coinciden con que la motivación, el buen humor y la libertad frente a las reglas establecidas son algunos de los factores determinantes para estimular la creatividad. En 1969 De Bono (1986; 2015) acuñó el término pensamiento lateral refiriéndose al pensamiento creativo y lo define como una herramienta de investigación visual que analiza caminos fuera de las opciones obvias y plantea soluciones innovadoras para un problema o encargo.

Dicha evolución de la solución innovadora también fue analizada por Weisberg (citado en Garaigordobil, 2003), quien señala que la creatividad es el resultado de una serie de pequeños pasos en los que se van modificando y elaborando trabajos anteriores. Así como los seres humanos somos creativos por naturaleza en diferentes escalas y aumentamos nuestra capacidad resolutive de un problema, transformándolo según las condiciones que se nos presenten (Arteaga, 2008). Es decir, el repaso de etapas anteriores servirá para mejorar y reformular el siguiente paso.

Por otra parte, en su producción gráfica, el boceto experimenta y explora opciones basadas en características dadas por el concepto. Peirce (citado en Jardí, 2012) pone como ejemplo a la fotografía, ya que por tener una alta iconicidad permite reconocer rápidamente los atributos del objeto que se encuentren en ella. De igual forma, menciona que, pese a que un elemento ilustrado o un dibujo tenga una iconicidad más baja, debe poseer una serie de rasgos para hacerlos identificables. Ambos ejemplos son íconos que se asemejan al objeto que representan. Jardí (2012) coincide con estos argumentos y agrega que cuando elegimos un símbolo para expresar un mensaje debemos conocer el ámbito cultural en el que será aplicado para dirigirlo bien.

¿Qué sucede entonces si la exposición de ideas iniciales de un encargo se corresponde unas con otras y resultan soluciones obvias, previsibles y alejadas de la originalidad? Significaría que empleamos el pensamiento lateral para producir algo único, que dedicamos esfuerzos en un solo enfoque, provocando la presentación de elementos sin diferenciación, lo que llamaremos commodity, un producto genérico. En marketing se suele usar la metáfora de los granos de arroz que no se diferencian unos de otros para referirse a los commodities. En diseño gráfico podríamos considerar a nuestros primeros intentos de ideación que surgen sin diferenciación alguna y son compartidos por un colectivo como un commodity, es decir, que interpretan el significado de un concepto de forma similar sin destacarse frente a los demás. Para visualizar un concepto, el diseñador recurre a su memoria inmediata para producir una imagen que le permita ejecutar el encargo rápidamente, pero esa primera respuesta suele ser compartida por el grupo de compañeros que poseen el mismo encargo, dando paso a la comoditización.

Con relación a los recursos creativos, Berzbach (2013) señala que las primeras informaciones después de recibir un encargo dan pie a las primeras ideas –de forma inconsciente– y por ello se debe destinar un tiempo de preparación para aprender a refrenarse y no limitar la creatividad. Esta primera instancia de producción gráfica, que conocemos como boceto, es la mejor

³ *Commodities*, plural de commodity.

manera de explorar, experimentar e interpretar porque permite “probar distintas opciones de diseño y resolver muchas dudas, en el trabajo previo a la propuesta de un diseño formal” (Pratt y Nunes, 2013: 126).

Cabe recalcar que el pensamiento lateral se corresponde con la teoría del aprendizaje activo, porque tal como explica De Bono (2015: 93), este es un “proceso creativo que puede ser aprendido y usado conscientemente”. Aplicado al diseño, supone el desarrollo de competencias y habilidades interpretativas que dan sentido desde su visión comunicacional, y que se pueden aprovechar en el medio gráfico mediante la práctica constante de ejercicios que planteen soluciones alternativas a los encargos.

4. Conceptualizar el mensaje

El diseñador gráfico Enric Jardí (2012) hace una diferencia significativa entre la lectura de textos y la lectura de imágenes. Cuando leemos un texto el cerebro hace una suma progresiva de elementos como letras, palabras y oraciones de forma lineal y secuencial. Mientras que cuando leemos una imagen, el cerebro trabaja de modo diferente para articularla: todas sus partes se procesan en el mismo instante para obtener el mensaje gráfico. Joan Costa (citado en Jardí, 2012), comunicador visual español, reconoce en el trabajo previo de Jardí un proceso creativo acertado para lograr mensajes gráficos intensos, porque él piensa y madura sus ideas antes de producir imágenes originales.

Por su parte, Pablo Iturralde, diseñador gráfico y comunicador visual ecuatoriano, dicta talleres de conceptualización en los cuales entrega distintos conceptos a los asistentes y, a partir de ellos, solicita a los diseñadores dibujar o bocetar su interpretación. Los resultados visuales de los talleristas son similares en las primeras ideas, sin embargo, en el proceso de construcción y mejora de los bocetos iniciales incentiva al diseñador a que añada contenidos al concepto, sean estos tangibles o intangibles, y que le permitan renovar las propuestas visuales que deriven del encargo. Para eso, insiste en la búsqueda de la comodidad en el espacio de trabajo del diseñador y enfatiza en el tiempo de dedicación al encargo, además, señala que el individuo se permita varios contextos como la demora, la tranquilidad o el caos para que fluya la creatividad, y finalmente ayude en la exploración gráfica para que el resultado del mensaje sea directo y cumpla con su función de comunicación.

Podemos inferir de estos razonamientos que la producción visual del diseñador mejora cuando aprende a representar elementos u objetos que sean traducidos e interpretados correctamente por el observador. No es solo el boceto, sino lo que queremos que se reconozca del mismo y, en cualquiera de los dos casos, el observador tiene que conocer previamente el elemento a identificar. El proceso visual del concepto se torna complejo cuando la expresión de la idea está muy unida a la referencia visual del objeto, es decir, cuando se aplica una escasa creatividad en la ejecución –comoditizando la idea inicial–, lo que dificulta al diseñador plasmar otras alternativas posibles y explorar su resultado final.

5. Taller de escenarios visuales

5.1 Participantes

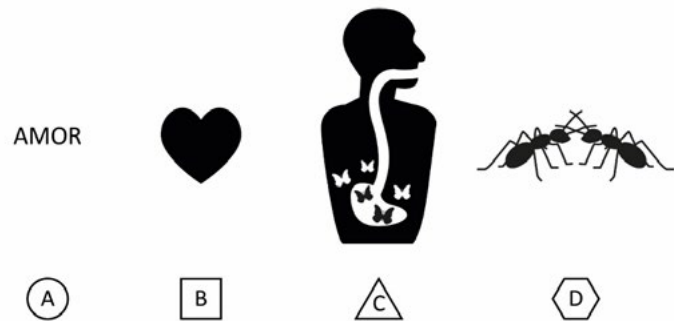
Para determinar la existencia de commodities en el ejercicio y estimular el pensamiento lateral mediante la observación de escenarios visuales, se contó con una pequeña muestra de 25 estudiantes que cursaban séptimo semestre de la Licenciatura en Diseño Gráfico y hacían parte de la materia Taller de Diseño Gráfico. Participaron 13 hombres (52%) y 12 mujeres (48%), entre los 22 y 25 años.

5.2 Desarrollo

Los materiales que se utilizaron en el taller fueron lápiz y papel. El ejercicio tuvo dos etapas: en la primera, se entregó a los estudiantes una hoja impresa con varias palabras (conceptos) que debían graficar e interpretar en una única imagen en un tiempo determinado. La segunda etapa puso en práctica el instrumento de Pauta de Observación de Escenarios Visuales para innovar en la producción gráfica y visualizar los conceptos.

Los escenarios visuales son parte de la reinterpretación y adaptación del curso de ilustración editorial dictado por el diseñador gráfico e ilustrador español Javier Jaén, quien ejemplifica de forma sencilla cómo se desarrolla conceptualmente un proyecto traduciendo la imagen. En este caso, el autor tiene un referente inicial que es la palabra o el concepto a traducir, seguido de las posibles visualizaciones y metáforas que este referente puede sugerir (véanse Figura 1 y Tabla 1).

Figura 1. Ejemplo de un proyecto conceptual: imagen



Fuente: Jaén (2015).

Tabla 1. Ejemplo de proyecto conceptual: texto

Concepto A	Concepto B	Concepto C	Concepto D
Amor	Corazón	Mariposas en el estómago	Hormigas besándose

Fuente: elaboración propia.

Tomamos este ejemplo para diseñar y analizar los conceptos. Como vemos en la Figura 1, el concepto “Amor” pasa por diferentes etapas: desde el término o concepto en la posición A, a las posibles respuestas en las posiciones B, C y D, demostrando con cada etapa una evolución en la respuesta (partiendo de lo básico

a lo avanzado) y una reflexión más profunda sobre la solución visual del concepto, por eso, el elemento de la derecha presenta la mayor transformación frente al concepto. Esto amplía las posibles visualizaciones que puede tener un mismo concepto.

5.3 Instrumento: Pauta de Observación de Escenarios Visuales

El análisis de la propuesta de Jaén (2015) nos permitió diseñar el instrumento de Pauta de Observación de Escenarios Visuales, la cual, utiliza la observación y la ejecución de bocetos para la descomposición del concepto en nuevas formas de interpretación visual. Esta herramienta genera la autocrítica y la evaluación permanente de las respuestas gráficas que se obtienen de un concepto determinado, ya que por medio de ella el participante u observador externo asigna una valoración numérica por cada una de sus respuestas visuales.

Con base en los proyectos de Jaén (2015) definimos los escenarios visuales como las etapas evolutivas de visualización de un concepto, las mismas que requieren diferentes recursos como creatividad, comparación, analogía, metáfora, originalidad y tiempo para lograr una ejecución eficaz y creativa. Esto hará que la idea potencial genere un mensaje comprensible y original para el receptor.

Así mismo, establecimos una definición para cada escenario o representación visual que supuso un avance progresivo de las interpretaciones gráficas del estudiante.

- Escenario de la obviedad (Representación 1). Responde a la primera imagen con la que nuestra mente asocia al concepto o referente, y refleja lo evidente. Esta primera solución excluye lo que considera que no se relaciona con el tema, es decir, racionaliza la información al punto de eliminar otros recursos útiles para la comunicación del encargo. La propuesta es una traducción del pensamiento vertical. Nivel 1.
- Escenario de transición (Representación 2). Esta etapa altera el modelo preestablecido para la búsqueda de respuestas creativas que salen de lo común. Aquí, el referente presenta un grado de simplificación mayor. La propuesta se aleja de la obviedad de la primera etapa, lo que supone una intervención del pensamiento lateral. Sin embargo, no logra innovar completamente para pasar al siguiente estado de transformación. Nivel 2.
- Escenario de innovación (Representación 3). Es la etapa de creatividad máxima en la producción gráfica de un concepto. En esta instancia la interpretación visual aplica varios criterios como la observación, connotación, analogía, metáfora y comparación para comunicar un mensaje de un modo simple y dinámico. Se evidencia que las propuestas son el resultado de buscar múltiples alternativas para llegar a la presentación final. Claramente se han desarrollado habilidades del pensamiento lateral. Nivel 3.

5.4 Procedimiento

A continuación se presenta la herramienta de Pauta de Observación de Escenarios Visuales.

Tabla 2. Pauta de Observación de Escenarios Visuales: nivel de interpretación gráfica

Escenario	1. Obviedad	2. Transición	3. Innovación	Nivel
Referente o concepto	Representación 1	Representación 2	Representación 3	Resultado
El referente es el vehículo necesario para que la interpretación del mensaje sea óptima	Commodity	Etapas de descubrimiento del cambio de planteamiento de ideas	Interpretación profunda y reflexiva del concepto	#
Significante	Pensamiento vertical	Proceso creativo del pensamiento lateral		1. Bajo 2. Medio 3. Alto

Fuente: elaboración propia.

La herramienta consta de una la tabla con cinco columnas, cada una con una descripción para el desarrollo del ejercicio. En la primera columna se coloca el Concepto o Referente, es decir, el significante de la palabra. De acuerdo con González y Quindós (2014), el significante de un signo lingüístico es la imagen que tenemos en nuestra mente de una cadena de sonidos determinado. A partir del referente se empieza a producir gráficamente la interpretación del concepto para cada paso del instrumento.

Representación 1, es el escenario de obviedad. Normalmente la respuesta de este escenario es la primera imagen que la mente hace del referente y su significante. Esa racionalización del referente presenta una solución figurativa del concepto, demostrando que la lógica del pensamiento vertical prima en la resolución del boceto, es decir, se obtiene una propuesta semejante a la respuesta de otros sobre el mismo objeto.

La siguiente columna, Representación 2 o escenario de transición, presenta un reconocimiento del participante frente a su respuesta inicial y propone que solucione con mayor creatividad la solución del concepto. Luego, en la columna Representación 3 se presenta el último escenario de innovación. Este propone la mejora sustancial del boceto y de la interpretación del concepto aplicando total creatividad en la respuesta. La transformación del referente evidencia una mayor intervención del pensamiento lateral en la producción gráfica del concepto.

En cada columna se coloca el boceto gráfico del referente solicitado en el encargo, para que finalmente en la última columna se realice una lectura crítica de las respuestas obtenidas: la evaluación del nivel de escenario o representación visual en la que se encuentra el boceto. Si existe commodities u obviedades en el paso inicial, se asigna el número 1 que indica un nivel bajo de interpretación visual. Si, por otro lado, la respuesta visual tiende a salir de lo predecible, se asigna el número 2 que corresponde al nivel medio. Por último, el número 3 se le atribuye a los bocetos que demuestran un nivel alto de reflexión e interpretación del referente, siendo este un ejemplo innovador.

Paso 1: identificación. Durante el ejercicio se utilizaron diez conceptos para desarrollar visuales de un producto editorial, los cuales, debían ser graficados en una hoja por cada participante. Los conceptos fueron: literatura, televisión, escritor, paz, secuestro, país, muerte, presidencia, poeta e inspiración.

En esta etapa se registran las siguientes coincidencias o *commodities* de los conceptos:

Tabla 3. Resultado inicial del ejercicio de escenarios visuales

	Concepto (referente)	Interpretación gráfica inicial	Nivel de interpretación
1	Literatura	Libro	B
2	Televisión	Televisor	B
3	Escritor	Lápiz y papel	B
4	Paz	Paloma/símbolo de la paz	B
5	Secuestro	Persona atada	B
6	País	Mapa	B
7	Muerte	Lámpida/calavera	B
8	Presidencia	Banda presidencial	B
9	Poeta	Tinta y tintero	B
10	Inspiración	Bombilla	B

Fuente: elaboración propia.

Paso 2: reconocimiento. Una vez que el participante terminó su primer boceto, expone en plenaria con cuál elemento refleja el concepto. En este caso se reveló un número elevado de similitudes en las respuestas iniciales. El ejercicio consistía en aceptar las coincidencias como un acto natural del cerebro, ya que nuestra mente interpreta visualmente un concepto con la primera imagen que asocia a ese significado. Para mejorar la reflexión del boceto, se estimuló la búsqueda de nuevas alternativas poniendo en práctica el pensamiento lateral, caracterizándolo en palabras de Miguel Ángel Casillas (s.f.), como una forma de pensamiento flexible, original y elaborado que necesita procesar cada paso para escoger la solución cada vez mejorada.

Luego de que se analizaron las coincidencias, se expuso al grupo la excesiva comoditización en sus propuestas. De ahí, la importancia de ejercitar el pensamiento lateral para adoptar buenas prácticas que se reflejen en el progreso del ejercicio.

Si bien el tiempo no fue incluido como una variable porque puede sugerir presión para la entrega y coartar la creatividad, es importante tenerlo en cuenta para el desarrollo creativo del ejercicio. El tiempo de intervención en cada etapa sugiere el avance progresivo del ejercicio.

Paso 3: evaluación. Una vez que se revisaron las coincidencias en plenaria, se presentó el instrumento de Pauta de Observación de Escenarios Visuales y se solicitó a los participantes repetir el ejercicio utilizando su pensamiento lateral. Ello quiere decir que el grupo debía cambiar el punto de vista con respecto al referente y lograr ubicarse en los niveles medio o alto de interpretación visual.

A continuación se muestra un ejemplo en la Tabla 4.

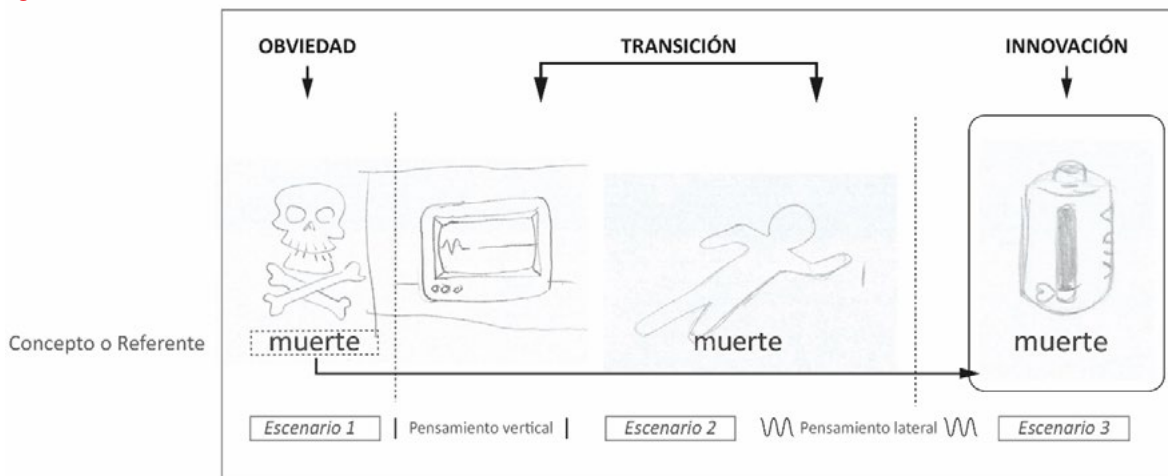
Tabla 4. Escenarios visuales: instrumento

Ejemplo: pauta de observación escenarios visuales				
Concepto	1. Obviedad	2. Transición	3. Innovación	Nivel
Muerte	Calavera	Monitor de corazón		1
		Silueta de piso		2
			Batería baja	3
	Pensamiento vertical	Proceso creativo del pensamiento lateral		

Fuente: elaboración propia.

Luego, se socializaron en plenaria todos los ejercicios realizados en el taller y se hizo un sondeo de las nuevas respuestas gráficas obtenidas. Los estudiantes notaron sus coincidencias y sus avances en cada etapa del instrumento.

Figura 2. Bocetos de escenarios visuales



Fuente: elaborado por estudiantes de Taller de Diseño Gráfico.

5.5 Resultados

Con el ejercicio fue posible verificar la presencia de coincidencias iniciales (commodity). Durante su desarrollo se constató que existe un número alto de estudiantes que se ubican en el nivel 1 de la herramienta: el escenario de obviaedad para el tratamiento de las ideas iniciales de un encargo. En principio, esto pone en evidencia el bajo nivel interpretativo de un concepto, demostrando su comoditización. Como se ha mencionado previamente, eso responde a la lógica que utiliza nuestra mente para dar una solución rápida a un problema.

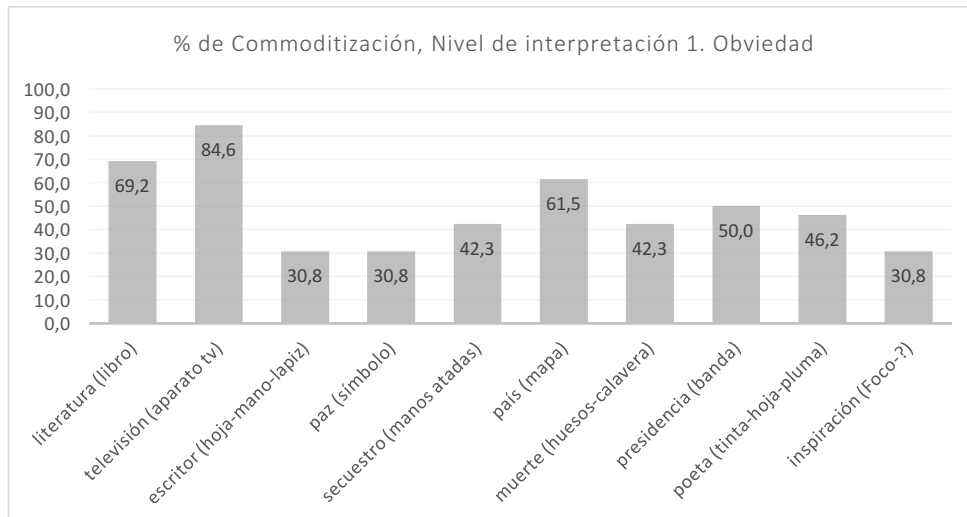
El 67% de los participantes comoditiza los conceptos entregados en su primera respuesta. Esto no quiere decir que sus ideas sean descartables, sino que deben seguir explotándolas si desean alcanzar mejores resultados en su producción gráfica.

Los conceptos expresados en los bocetos fueron parte de la evaluación de la herramienta: los niveles de creatividad en

el paso 1 son escasos dadas las similitudes presentadas en el grupo. El nivel de interpretación de las palabras o conceptos se resume en la Figura 2, la cual muestra algunos conceptos tangibles e intangibles. Ahora bien, aunque el concepto puede condicionar la forma interpretativa, no es el único recurso para expresar el contenido del concepto. Es ahí donde la creatividad debe expresarse.

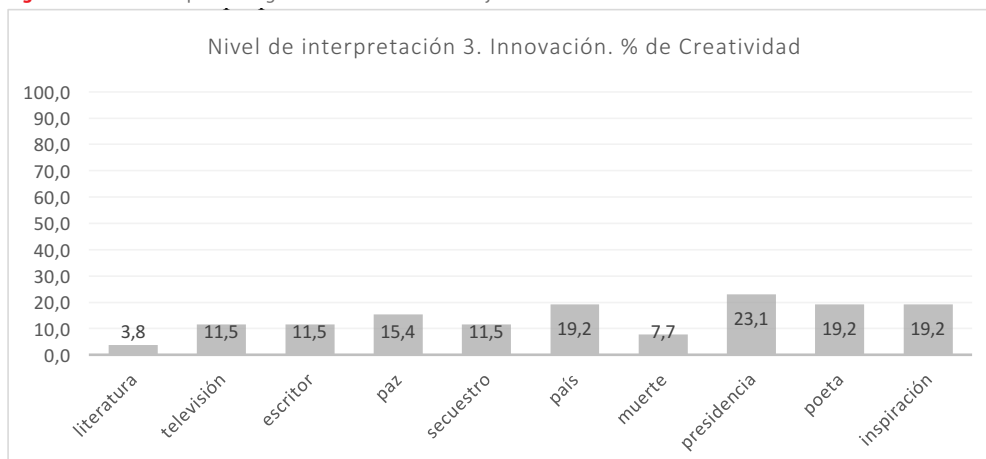
Luego de observar las coincidencias, se compararon los niveles de creatividad invertidos en el ejercicio. La segunda propuesta del mismo ejercicio presentó nuevas opciones de interpretación. Varios estudiantes borraron sus respuestas iniciales para lograr avanzar en los escenarios, sin embargo, al eliminar su primer boceto se perdió información importante para la observación de sus transformaciones. El propósito del ejercicio era romper el paradigma de la obviaedad y, a partir de las observaciones de cada persona, propiciar la creatividad como colaborador en la innovación de las respuestas visuales involucrando el pensamiento lateral.

Figura 2. Nivel de interpretación gráfica, escenario 1. Porcentaje de commodity



Fuente: elaboración propia.

Figura 3. Nivel de interpretación gráfica escenario 3. Porcentaje de creatividad



Fuente: elaboración propia.

El uso del instrumento reveló que, a pesar de que existió poco tiempo para la ejecución, el 15,8% de los estudiantes –número pequeño pero significativo de la muestra– utilizaron los tres escenarios visuales: obviedad, transición e innovación (transformación). Este resultado es positivo porque tanto el tiempo empleado, la dirección establecida por la pauta y la visualización de cada etapa mejoró la propuesta del concepto. El grupo de participantes que mejoró su producción gráfica demostró un mayor control en la calidad de las presentaciones para que la interpretación no fuera previsible.

6. Conclusiones

Teniendo en cuenta las interrogantes previas, se confirma que en un proceso de bocetaje inicial se interpreta sin hacer un análisis sensible del concepto, en consecuencia, se obtiene un commodity del producto gráfico. Esto es fruto de la inmediatez con la que se ejecuta una tarea de diseño, sea dentro del aula o en otro contexto en el que se racionaliza la solución por cumplir con una solicitud. Por otro lado, es importante recalcar que este ejercicio propone analizar las primeras propuestas de un diseño como herramienta de autocrítica, basada en la propia observación del participante frente a su trabajo. Esa evaluación personal permite descubrir, en algunos casos, nuevos caminos creativos que motiven a tomar riesgos, a ser recursivos y a salir del territorio seguro.

Este mismo ejercicio se llevó a cabo con otro grupo de estudiantes que cursaron la asignatura Taller de Diseño Gráfico en el año 2015, pero no se realizó una tabulación de los hallazgos, sin embargo, hubo una buena recepción con el uso de la pauta.

La socialización de la respuesta es parte del desarrollo del taller, durante la exposición de sus bocetos (resultados) los estudiantes se muestran nerviosos e inquietos por observar sus trazos. Se ríen cuando encuentran coincidencias, discuten entre ellos otros caminos para representar el concepto y asienten con la cabeza cuando descubren que algún compañero resolvió la situación de un modo distinto (dando aprobación). Esto es lo que agrega valor al uso de la pauta: la autocrítica y la comparación constructiva para lograr un avance en el proceso creativo.

Se concluye que la Pauta de Observación de Escenarios Visuales es una herramienta útil para el trabajo en el aula o fuera de ella porque facilita la observación del participante y mejora la interpretación gráfica de conceptos. No se trata de un instrumento automático y estático, sino flexible al salto que el pensamiento lateral pueda dar, es decir, que se puede pasar por cualquier escenario sin necesidad de seguir un orden secuencial del mismo. Por ende, no debe ser interpretado como un proceso lineal que tiene que cumplirse fase a fase. Las ideas potentes pueden ser innovadoras desde que se tiene conocimiento del referente principal. **io**

Bibliografía

- ARTEAGA, E. (2008). "Aproximación teórica al concepto de creatividad: un análisis creativo". *Revista Paideia Puertorriqueña* 3 (1). Consultado en: <http://paideia.uprrp.edu/wp-content/uploads/2013/11/Aproximaci%C3%B3n-te%C3%B3rica-al-concepto-de-creatividad.pdf>
- BERZBACH, F. (2013). *Psicología para creativos. Primeros auxilios para conservar el ingenio y sobrevivir en el trabajo*. Barcelona: Gustavo Gilli.
- CAMPBELL, D. T. (1960). "Blind variation and selective retention in creative thought as in other knowledge processes". *Psychological Review*, 67: 380-400.
- CASILLAS, M. A. (s.f). *Aspectos importantes de la creatividad para trabajar en el aula*. Consultado en: <http://www.juntadeandalucia.es/educacion/portals/abaco-portlet/content/21b7cb3a-f603-429d-8721-49e3212e113c>
- CHRISTOFF, K. et al. (2016). "Mind-wandering as spontaneous thought: a dynamic framework". *Nature Reviews Neuroscience*, 17: 718-731.
- DE BONO, E. (2015). *El pensamiento lateral práctico. Una introducción*. Barcelona: Paidós.
- DE BONO, E. (1986). *El pensamiento lateral. Manual de creatividad*. Buenos Aires: Paidós.
- GARAIGORDOBIL, M. (2003). *Intervención psicológica para desarrollar la personalidad infantil: juegos, conducta prosocial y creatividad*. Madrid: Pirámides.
- GONZÁLEZ, E. y QUINDÓS, T. (2014). *Diseño de iconos y pictogramas*. Bilbao: Universidad del País Vasco, Euskal Herriko Unibersitatea.
- JAÉN, J. (2015). *Ilustración editorial*. Consultado en: <https://www.domestika.org/es/courses/63-ilustracion-editorial>
- JARDÍ, E. (2012). *Pensar con imágenes*. Barcelona: Gustavo Gilli.
- LANDA, R. (2011). *Publicidad y diseño. Las claves del éxito*. Madrid: Anaya.
- PRATT, A. y NUNES J. (2013). *Diseño interactivo. Teoría y aplicación del diseño centrado en el usuario*. Barcelona: Océano.
- STERNBERG, R. J. y LUBART, T. I. (1997). *La creatividad en una cultura conformista. Un desafío a las masas*. Barcelona: Paidós