

REDES DE INVESTIGACIÓN EN DOCENCIA UNIVERSITARIA

VOLUMEN 2018

Rosabel Roig-Vila (Coord.),
Asunción Lledó Carreres
Jordi M. Antolí Martínez,
& Neus Pellín Buades (Eds.)

Redes de Investigación en Docencia Universitaria. Volumen 2018

ROSABEL ROIG-VILA (COORD.),
JORDI M. ANTOLÍ MARTÍNEZ, ASUNCIÓN LLEDÓ CARRERES & NEUS PELLÍN BUADES
(EDS.)

Redes de Investigación en Docencia Universitaria. Volumen 2018

Edició / Edición: Rosabel Roig-Vila (Coord.), Jordi M. Antolí Martínez, Asunción Lledó Carreres & Neus Pellín Buades (Eds.)

Comité editorial internacional:

Prof. Dr. Julio Cabero Almenara, Universidad de Sevilla

Prof. Dr. Antonio Cortijo Ocaña, University of California at Santa Barbara

Prof. Dr. Ricardo Da Costa, Universidade Federal Espiritu Santo, Brasil

Prof. Manuel León Urrutia, University of Southampton

Prof. Dr. Gonzalo Lorenzo Lledó, Universitat d'Alacant

Prof. Dr. Enric Mallorquí-Ruscalleda, Indiana University-Purdue University, Indianapolis

Prof. Dr. Santiago Mengual Andrés, Universitat de València

Prof. Dr. Fabrizio Manuel Sirignano, Università degli Studi Suor Orsola Benincasa di Napoli

Revisió i maquetació: ICE de la Universitat d'Alacant/ Revisión y maquetación: ICE de la Universidad de Alicante

Revisora tècnica/ Revisora técnica: Neus Pellín Buades

Primera edició: octubre 2018 / Primera edición: octubre 2018

© De l'edició/ De la edición: Rosabel Roig-Vila, Jordi M. Antolí Martínez, Asunción Lledó Carreres & Neus Pellín Buades

© Del text: les autores i autors / Del texto: las autoras y autores

© D'aquesta edició: Institut de Ciències de l'Educació (ICE) de la Universitat d'Alacant / De esta edición: Instituto de Ciencias de la Educación (ICE) de la Universidad de Alicante

ice@ua.es

ISBN: 978-84-697-9430-2

Qualsevol forma de reproducció, distribució, comunicació pública o transformació d'aquesta obra només pot ser realitzada amb l'autorització dels seus titulars, llevat de les excepcions previstes per la llei. Adreceu-vos a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necessiteu fotocopiar o escanejar algun fragment d'aquesta obra. / Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

Producció: Institut de Ciències de l'Educació (ICE) de la Universitat d'Alacant / Producción: Instituto de Ciencias de la Educación (ICE) de la Universidad de Alicante

EDITORIAL: Les opinions i continguts dels textos publicats en aquesta obra són de responsabilitat exclusiva dels autors. / Las opiniones y contenidos de los textos publicados en esta obra son de responsabilidad exclusiva de los autores.

44. Proceso creativo aplicado en la síntesis formal de la naturaleza: Desarrollo de un envase

Osuna Ruiz, Eva Guadalupe¹; Santoyo Mercado, Aurea²; Casillas Lopez, Miguel Angel³

¹Universidad de Guadalajara, eva.osuna@cuaad.udg.mx

²Universidad de Guadalajara, aurea.santoyo@cuaad.udg.mx

³Universidad de Guadalajara, miguel.casillas@cuaad.udg.mx

RESUMEN

El diseño gráfico no se limita a un solo medio o canal para conseguir el objetivo planteado de comunicar, utiliza diferentes medios de inspiración, en esta investigación se considera a la *naturaleza* para el desarrollo del proceso creativo, actividad que se aplicó a los alumnos de la materia de diseño III de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica del Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño de la Universidad de Guadalajara, la estrategia a usar fue el diseño de envase, que engloba varios aspectos, entre ellos la selección de la forma, el material y la imagen gráfica aplicada en él. Por tanto, este texto mostrará el objetivo de aplicar una síntesis formal, para el diseño de un envase, a partir de usar algún elemento de la naturaleza para el desarrollo de la propuesta. Concluimos entonces, que si bien es cierto en nuestro entorno existe un sin fin de formas que la madre naturaleza nos ha brindado para tomar inspiración de ellas, analizamos que con base en la propuesta el alumno busca de la naturaleza aspectos que para él son importantes, agradables estéticamente y que pueden reforzar conceptos.

PALABRAS CLAVE: diseño, naturaleza, proceso creativo, inspiración.

1. INTRODUCCIÓN

El diseño gráfico se ha consolidado como un instrumento de comunicación de mensajes en distintas áreas y a través de diversos medios. Asimismo, su comunicación no se limita a un solo medio o canal para conseguir el objetivo planteado, sino que pueden ser definidos estos a través de estrategias de comunicación. En lo que concierne al tema del diseño en el producto, una de estas estrategias es el diseño de envase, mismo que engloba varios aspectos entre ellos la selección de la forma, el material y la imagen gráfica aplicada en él. En lo que respecta a la síntesis formal aplicada en el desarrollo de un producto, será acotada en este caso hacia la forma de su contenedor (envase) e integración de la imagen gráfica. Por tanto, este texto mostrará la aplicación de la síntesis formal en el diseño de envases para identificar otras opciones que pueden surgir a partir de su experimentación. Es decir, la síntesis formal en el diseño de un envase, será definida como una herramienta de apoyo para aplicar en el método para el desarrollo de una propuesta.

Para iniciar con el tema del proceso creativo, es necesario poder acotar el término de creatividad, el cual puede definirse de diversas formas entre ellas, *una forma de pensar cuyo resultado son cosas que tienen a la vez novedad y valor*. Esa *sencilla* definición como plantea Romo (2009:71), se complica al momento de llegar los criterios de qué es novedad y qué es valor, pero existen otros teóricos del tema que exponen su postura sobre ser considerada razonablemente una capacidad mental que debe ser comprendida en términos psicológicos, como lo son otras capacidades mentales (Boden, 1994:18).

En ambos casos se plantea que esta actividad involucra el pensamiento del individuo, lo que evidentemente se relaciona con la capacidad del mismo para poder ejecutar productos innovadores en el ámbito en que se desarrolle. Siendo importante señalar que los productos de los que se habla pueden ser composiciones musicales, obras artísticas (pintura), diseño, etc.

2. OBJETIVOS

En la materia de diseño III, se determina y expone a los alumnos un proceso o método de diseño que los apoya como base para el planteamiento y desarrollo de una propuesta innovadora de diseño sobre el tema planteado. Dicho proceso de diseño que se expone en el salón de clase, basado en el método de cinco pasos de Ulrich (2009), es una síntesis adaptada del mismo, que consta de tres pasos. Durante este proceso los alumnos se adentran y empapan del tema, ya que se tiene planteado como primer y segundo paso la realización de una investigación, búsqueda externa e interna específica sobre el tema que deben desarrollar. El principal objetivo de esta actividad es obtener las herramientas indispensables para el desarrollo de su propuesta, continuando con una exploración sistemática, la cual da inicio al proceso creativo y de aterrizaje o cierre a las propuestas gráficas. Este proceso que los alumnos llevan a cabo será comparado con el modelo de tres pasos del proceso creativo que algunos

otros especialistas definen (preparación, incubación, revelación) a diferencia del modelo de cinco pasos que tradicionalmente se plantea (preparación, incubación, intuición, evaluación y elaboración) (Csikszentmihalyi, 1996:103).

Con respecto al proceso creativo, podemos referirnos al planteamiento realizado por Boden ... *en lo que concierne a la creatividad, tenemos que tratar no con probabilidades sino con posibilidades. Nuestra sorpresa ante una idea creativa reconoce que el mundo ha resultado diferente, no sólo del modo en que pensamos que lo sería, sino también del modo en que pensamos que podría serlo* (Boden,1994:53).

Para poder entender y visualizar claramente la similitud en la aplicación de ambos procesos se presentan en la siguiente tabla (tabla 1) esta comparativa sobre el proceso creativo y el de diseño, describiendo las actividades desarrolladas en cada uno de ellos.

Tabla 1. Comparativa entre el proceso de diseño y el creativo.

Periodo	Proceso Creativo	Paso	Proceso de Diseño
P r e p a - ración	De inmersión consciente o no, en un conjunto de cuestiones problemáticas que son interesantes y suscitan curiosidad.	Búsqueda externa	Información relacionada al proyecto. Detección de usuario líderes, expertos, clientes experimentados, literatura, estado del arte, etc.
I n c u - bación	Donde las ideas se agitan por debajo del umbral de conciencia	Búsqueda Interna	Búsqueda que contempla cuestiones relacionadas con la generación de ideas, determinar metas cuantitativas, no hacer juicios a priori.
R e v e l - ación	A veces llamada el momento ¡Ajá!	E x p l o r a c i ó n sistemática A) Árbol de Objetivos B) Matriz de combinación	Paso que contempla 2 métodos para la generación de la propuesta gráfica, incluyendo una etapa de conceptualización y bocetaje para cerrar el proceso creativo y presentar la propuesta o producto.

Como puede observarse en la tabla 1, la estructura general que se plantea como proceso creativo, es en gran medida el planteamiento básico del proceso que los alumnos aplican como práctica para la concepción de sus propuestas de diseño, ya que tanto la preparación como la búsqueda interna y externa que realizan es el primer paso que les permite tener las herramientas necesarias para continuar con el periodo de incubación que podría considerarse parte de esa etapa de conceptualización, en la que aún no se realizan o aterrizan las ideas para formalizar la propuesta; por último la revelación, en la que se aplica la matriz de combinación, la cual permite explorar diversas opciones para una propuesta, mismas que en muchas ocasiones no habían sido previstas hasta la aplicación de este paso. Concluamos entonces con otro aspecto importante sobre el planteamiento realizado a través de la tabla 1 en relación a ambos procesos y de acuerdo a la reflexión de Boden (1994:53), el proceso creativo y el proceso de diseño, evidencian que aplicando cualquiera de ellos no puede esperarse

materiales, imagen, por mencionar algunos elementos. Posteriormente, se puede dar inicio al paso de revelación o exploración sistemática, que como primer lugar tuvo cabida en relación a la forma del envase aplicando la síntesis formal de la naturaleza.

Teniendo en cuenta que *la forma* es todo lo que se puede ver, todo lo que tiene -contorno, tamaño, color y textura-, ocupa espacio, señala una posición e indica una dirección, es necesario acotar que en este caso se partirá o se basará esta síntesis a partir de la forma de un elemento de la naturaleza, del cual se sintetizará para dar lugar a un envase (Meza, J., 2010: 3).

Las formas sintetizadas simples, sin detalles o con muy pocos, se organizan a partir de la estructura formal íntima —gestalt— del objeto representado y puede no coincidir con los límites reales que posea; y es a partir de las cuales que se planteó este ejercicio para que los alumnos entendieran y tomarán en cuenta el principio de una síntesis, sin confundirlo con solamente una abstracción (Meza, J., 2010: 2). Razón por la cual, fue necesario recalcar que “*Es importante entender que la síntesis no es sólo eliminación de los detalles: la verdadera síntesis se produce cuando conseguimos comunicar un concepto de manera clara y precisa*”, así pues, la definición del concepto a transmitir considerado dentro de su proceso de síntesis fue uno de los criterios a los que se tuvieron que apegar.

4. RESULTADOS

El tema planteado a los alumnos del grupo de Diseño III, fue en relación al desarrollo de la propuesta de envase y gráfica del mismo para un producto del sector alimenticio. En este caso se les dio a elegir como opción las salsas o aderezos para el desarrollo de sus propuestas, de las cuales se seleccionaron sólo dos casos, evaluados bajo los criterios disciplinares, para presentar tanto el proceso como los resultados de productos creativos; dichos proyectos corresponden a los alumnos Edgar Donald Franco Muro y Brenda Sofía Ruelas Galindo. La recopilación de información a través de la investigación centrada en los ingredientes de preparación de su producto, dio a los alumnos los insumos necesarios para poder aplicar la herramienta de la síntesis formal a través de la observación de la naturaleza, presentada en este caso como los ingredientes, como parte del proceso de diseño, a lo que tuvieron que realizar una observación física y análisis de los ingredientes que incluía su salsa o aderezo seleccionado.

Imagen 1. Fotografía de la pimienta.



Este análisis visual fue el inicio de la síntesis formal del elemento de la naturaleza seleccionado, siendo en este primer caso que se presenta el proyecto desarrollado para una salsa huichol, de la cual el ingrediente que el alumno seleccionó para el desarrollo de su proceso creativo en el aterrizaje de una síntesis formal fue la pimienta, que se observa en la fotografía (imagen 1); el alumno pudo inferir que es armoniosa y tiene forma esférica, no tiene repetición, es equilibrada ya que es simétrica a pesar de su textura que la hace parecer irregular. Observando que si partimos una pimienta en su eje central queda proporcionada; tiene formas curvas suaves a su alrededor y es geométrica.

Posteriormente a este análisis visual, se llevaron a cabo las actividades específicas sobre la propuesta en relación al ingrediente seleccionado como fuente de inspiración. De las cuales, podemos identificar parte de los pasos a realizar de manera general en el proceso de diseño y que se relacionan directamente en el proceso creativo, que son:

- Bocetaje, abstracción y síntesis de ingredientes.
- Adecuación a especificaciones del envase por el tipo de producto.

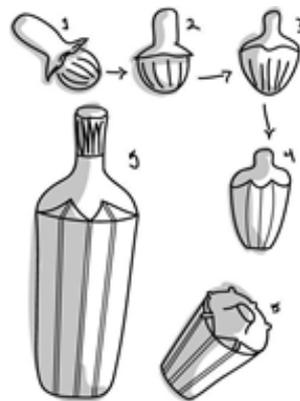
En esta primera etapa sobre la actividad de abstracción y síntesis del ingrediente se presenta a continuación, en las imágenes 2 y 3, el proceso de interpretación realizado por el alumno Edgar Donaldo Franco Muro, en el que podemos observar la evolución de esta reflexión y observación a través del ingrediente para poder aplicarlo a sus propuestas. En los bocetos trabajados sobre la síntesis a partir de la pimienta, se puede observar una parte del proceso de este elemento natural, que el estudiante utilizó como fuente de inspiración para la salsa huichol, identificándose que, durante su proceso creativo, la utilización de un elemento de la naturaleza, como es la pimienta, fue el principio básico de inspiración para la propuesta del envase de salsa.

Imagen 2. Proceso de síntesis, ingrediente pimienta.

Imagen 3. Continuación de proceso

No obstante el proceso de “transformación” y adaptación del envase tuvo su momento de reflexión y se realizaron ajustes sobre la forma que estaba surgiendo, lo cual puede observarse en los bocetos presentados en la imagen 4, en los que dio inicio a la transformación de las formas sugeridas por la pimienta con los ajustes necesarios para que fuera funcional, ergonómico y atractivo, es decir estéticamente agradable y con atracción para el usuario, en el que se aterrizó el desarrollo del proceso de síntesis formal de la naturaleza.

Imagen 4. Continuación de proceso de síntesis, ingrediente pimienta, adaptación.

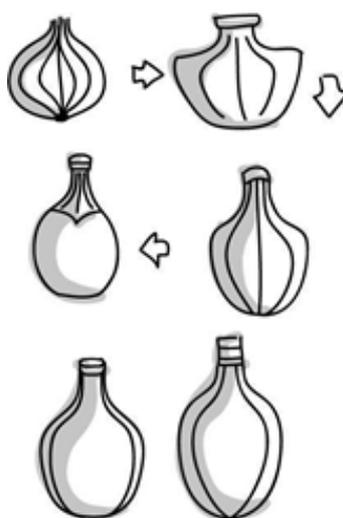


Durante este proceso se puede observar cómo en todo momento fueron considerados los criterios derivados desde el primer análisis sobre la conformación de la pimienta, los cuales fueron evolucionando para lograr presentar una propuesta basada en un elemento de la naturaleza, misma que no surgió solamente a partir de un improvisación o acercamiento a los productos ya existentes, sino que a partir de la realización bajo un proceso de diseño, aplicando no sólo la creatividad sino la herramienta de una síntesis, dio paso a la propuesta formal de un envase para la salsa huichol.

Para el segundo caso, realizado por la alumna Brenda Sofía Ruelas Galindo se seleccionaron los aderezos como tema para la realización del envase, en específico el aderezo mil islas, del cual se tomó la cebolla como ingrediente para la realización de la síntesis formal.

Como ya fue descrito en el primer caso, a partir de la investigación y análisis visual, se logró realizar una síntesis del ingrediente seleccionado, del cual se visualiza en la imagen 5 el proceso de bocetaje semifinal de la propuesta para el envase de aderezo mil islas, en el cual se puede observar como fuente de inspiración a la cebolla sin tener que estar implícitamente su forma en la propuesta.

Imagen 5. Continuación de proceso de síntesis, ingrediente pimienta, adaptación.



La observación y proceso de síntesis dio pie a la propuesta de este envase en el que se observan rasgos de la cebolla sin tener que utilizar únicamente una alta abstracción de la misma. Aunque de una forma más concreta, pero concisa, se presentó la aplicación de la herramienta de síntesis de la naturaleza en relación a este envase para un aderezo realizado a partir de la cebolla, es evidente que en ambos casos no solamente se partió de una abstracción del elemento, ya que se consideraron aspectos formales en relación a su textura, construcción y constitución. Razón por la cual las propuestas contienen rasgos particulares que surgieron a partir de esta síntesis, mismos que apoyaron la adaptación de la imagen gráfica en él, reforzando el concepto que cada alumno planteó.

Por consiguiente y para concluir el proyecto, los alumnos tuvieron que llevar a cabo, como parte del proceso de diseño, las propuestas de *naming* de la marca. Propiciando un aterrizaje de la información recabada hacia un resultado aplicado a estos envases que se pueden observar en las imágenes posteriores.

Imagen 6. Propuesta gráfica en envase, salsa huichol.



En la imagen 6, se presenta el envase con la aplicación gráfica del producto de salsa huichol, en el cual se realizaron los ajustes necesarios para adaptar la etiqueta en el mismo sin restar o perder los relieves que se aplicaron en él. En esta misma imagen, se puede observar la creación de la marca con el naming otorgado por el alumno Edgar Donaldto Franco Muro, quien a través de la investigación

realiza una introspección y propone el nombre *Kukuri*. Desarrollando posteriormente dentro del proceso de diseño los gráficos auxiliares que se aplicarían en la etiqueta, como lo son los chiles que aparecen de fondo contruidos a partir de una textura visual. El parámetro, concepto y aterrizaje que se aplicaron en la marca, daría el primer paso para la aplicación gráfica dentro del envase. Evidentemente la gráfica tiene una estrecha conexión en relación al tema *Huichol*, misma que fue debidamente sustentada bajo un argumento que logró tener contundencia gracias a la investigación documental realizada en el paso de búsqueda externa e interna.

De igual manera, en relación a la propuesta del aderezo basado en el ingrediente *cebolla*, se puede identificar varios aspectos en su conclusión, no sólo en la implementación de la síntesis sino también en el cuidado de la aplicación de su etiqueta, respetando la forma en relación a sus relieves y la imagen gráfica aplicada a partir de la investigación documental.

En la imagen 7, se muestra el resultado final de este proceso de síntesis de la naturaleza a través del proceso creativo y de diseño, en el cual se puede identificar la peculiaridad del envase como parte de la observación de los rasgos de la cebolla. Observando en ambas imágenes la aplicación gráfica dentro del mismo proceso, misma que se suma como un todo de la propuesta del envase.

Imagen 7. Propuesta gráfica en envase, aderezo mil islas.



La construcción de los gráficos auxiliares surge como continuidad a este proceso creativo de diseño, en el cual la alumna logra concretar la comunicación de la marca *säure* y refuerza los conceptos determinados para la construcción de los recursos gráficos. Siguiendo este proceso de diseño, utilizando su *creatividad* y recursos para solucionar el mismo caso planteado, la alumna Brenda Sofía Ruelas Galindo realiza la imagen aplicada en él.

Como se puede observar, los resultados expuestos son propuestas que, coincidiendo con lo establecido por Boden (1994:55), son el resultado de un producto en un sentido psicológico, llamado por él “P-creativo”, abreviándolo de esa forma. A diferencia de un sentido histórico (H-creativo). Lo cual, expresado en relación a dichos términos, quieren decir que lo correspondiente al sentido psicológico será el concerniente a las ideas (en las ciencias, el bordado, la música, la pintura, la

literatura).

Para concluir, es importante mencionar que los productos presentados como propuestas finales a este caso de estudio sobre la realización de un envase para salsa o aderezo, fueron seleccionados para ejemplificar en este apartado sobre el proceso de diseño y la creatividad o proceso creativo involucrado en el desarrollo de las propuestas gráficas de los alumnos. Si bien pueden ser contemplados como ejercicios resueltos en un sentido P-creativo, estas propuestas cumplieron con una novedad en sus envases y la resolución gráfica. Siendo importante mencionar que la disciplina del diseño en general y la del diseño gráfico en específico, en la actualidad han sobrepasado las expectativas a través de diversos medios y aplicaciones, generando una inmensidad de propuestas de productos que vuelve esta área aún más limitada para poder evaluar una propuesta como H-creativo. Asimismo, bajo este concepto sobre la creatividad aplicada en ellos, es que se pueden evaluar, con los criterios disciplinares del diseño gráfico (color, tipografía, gráficos, contrastes, formas...) aplicado en los argumentos de estas propuestas, ya que los argumentos que valorarán la creatividad del producto, en última instancia, son propiedad de la disciplina donde ha surgido (Romo, 2009: 73).

Cabe señalar que el proceso creativo tuvo una interacción e influencia del entorno en ciertos momentos de manera similar, ya que los productos fueron iniciados y se trabajó en ellos durante el taller de diseño. Sin embargo, la otra parte del tiempo, casi la mitad de este, los alumnos avanzaron en sus productos dentro de un entorno diferente, siendo este su hogar, dificultando poder afirmar la posibilidad que señala Csikszentmihalyi (1996:158) sobre las conexiones en sus ideas y nuevas perspectivas encontrándose en un ambiente favorable para la interacción de las mismas, lo que de manera sustancial fortalecería las propuestas gráficas presentadas.

5. CONCLUSIONES

Durante este caso de estudio, los alumnos de Diseño III, trabajaron en desarrollar un producto único y creativo, que se planteó bajo unas reglas, la principal fue tomar un extracto de nuestra naturaleza, para desarrollar este prototipo de envase. Si bien es cierto en nuestro entorno existen un sin fin de formas que la madre naturaleza nos ha brindado para tomar inspiración de ellas, analizamos que, con base en la propuesta, el alumno busca de la naturaleza aspectos que para él son importantes o agradables a su isóptica, por lo que es de esperar que en futuros proyectos estos retoman formas similares para desarrollar nuevos prototipos.

Finalmente, reconociendo que dentro de la disciplina del diseño gráfico no se trata únicamente de esperar a que la imaginación llegue en el momento indicado para iniciar el proceso creativo, se concluye que para la realización de las propuestas gráficas no solamente se trata de observar o utilizar una fuente de inspiración, sino que el proceso creativo surgirá a partir de la búsqueda y recopilación de información. Mientras más sea la información recabada a través de un *brief* y analizados los pormenores del proyecto a desarrollar, se facilita la etapa de *inspiración* que dará pie a la realización de propuestas de diseño P- creativas. Por lo que integrar este tipo de técnicas en el

proceso de enseñanza-aprendizaje, es fundamental para el desarrollo de nuevas herramientas en la preparación académica de los alumnos.

6. REFERENCIAS

- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creatividad, el flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. España: Paidós.
- Ulrich, K., & Steven, D. (2009). *Diseño y desarrollo de productos*. México: McGraw- Hill.
- Boden, M. (1994). *La mente creativa, mitos y mecanismos*. España: Gedisa.
- Romo, M. (2009). *Psicología de la creatividad*. España: Paidós.
- Munari, B. (2011), *¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual*. España: GG Diseño.
- Meza, J. (2010). *Taller de diseño 1. Carrera de diseño gráfico*. Recuperado de [http://fergear.com/fac/taller/14/sintesis_grafica.pdf]