

Ingredientes para un novel creativo

Eduardo Leon Franco Trejos

Hoy el proceso creativo, a diferencia del siglo pasado, está más enriquecido por los avances tecnológicos y las nuevas herramientas que se desarrollan día a día por parte de las empresas dedicadas a facilitar componentes más rápidos y sofisticados puestos sobre la pantalla para uso de quienes construyen mensajes gráficos más dinámicos, cotidianos y creativos.

La generación de hoy, posee una experiencia visual más grande que la de años atrás, si bien es cierto que la de hoy es una generación libertina y conceptual, también es cierto que es poseedora de una gran cantidad de imágenes para degustar visualmente y con las cuales es más fácil hacer mensajes gráficos más recreados, acordes con las necesidades del momento. Esto obliga necesariamente a que los futuros creativos gráficos vayan mucho más allá de la simple mirada del común de la gente, registren con frecuencia lo que otros no ven, y generen a partir de esta acumulación de imágenes en su memoria, el banco necesario para componer o descomponer mensajes visuales cargados de emociones diferentes y más recreativas.

La opción para un novato de la creatividad hoy en día, es ser original y no copiar ideas de otros cambiando uno que otro componente superficial, se debe ser más recursivo, estético, fluido, rápido y sobre todo hacer que otros sueñen y disfruten algún día de las bondades que ofrece la era tecnológica y la globalización.

Se ha dicho, y es comprobado a diario, que la juventud de hoy es muy creativa pero muy perezosa y cómoda, entonces ¿cómo sacarle provecho a esa creatividad desde la formación profesional? La respuesta es sencilla, se debe poner en práctica y debe ser constante con los siguientes puntos:

- El alumno debe enamorarse de su hacer creativo, no sólo es el hacer sino el pensar y el sentir lo que facilita el camino hacia la perfección imaginativa, un alumno apático inclusive a quien le imparte instrucción, no se encantará con la tarea propuesta y más bien entregará su potencial creativo a la frustración. Quienes damos instrucción debemos estimular y promover la práctica constante de la buena creatividad, tener disposición para atender las necesidades solicitadas por nuestros alumnos, si tenemos el alumno interesado, ya por comprensión ya por interés, seguramente obtendremos trabajos muy creativos y competitivos.
- Permitir que el alumno se integre con las características propias del proceso creativo: desarrollo de habilidades perceptoras tanto cognitivas, auditivas y visuales como las prácticas en habilidades manuales y tecnológicas.

Promover en los alumnos la investigación en temas sociales recurrentes con la profesión misma, es decir, ponerlos en contacto constante con sus saberes específicos: la comunicación, el diseño, la publicidad, los medios, etc., hará que su creatividad esté

encaminada hacia lo que realmente será su quehacer cotidiano y dentro de límites de la realidad.

- Volver a nuestros alumnos recolectores de información visual, de tal manera que ésta experiencia se convierta en tema de discusión y crítica evaluativa. En éste punto se estaría apoyando el seguimiento a la innovación y a la originalidad y se pondría en juego la teoría del señor Rosser Reeves sobre la Idea Diferenciadora. Esta daría a toda cátedra comprometida con su formación, una mayor participación en los conceptos, estructuras de diseño y estrategias de comunicación que hagan siempre la diferencia entre propuestas creativas de productos y/o servicios de toda índole.
- Todo novel creativo debe vivir experiencias que sean enriquecedoras para su profesión, estas incluyen el compromiso de ser conocedores de teorías, compartir criterios y vivencias con expertos en las tareas creativas, tener capacidad para sustentar y participar en todas las actividades propias de su profesión como foros, mesas redondas, grupos de estudio, grupos de interés, redes interactivas, etc.

Hoy el conocimiento en todas las áreas del saber están al lado de nuestra alcoba y ésta comodidad está ahí para ser parte del diario vivir, desperdiciar esta oportunidad es igual a negar la efectividad de las nuevas tecnologías. Lo mejor que le puede ocurrir a un nuevo creativo esta por venir, pero mientras llega, hay que dar rienda suelta al cacharreo y sacarle provecho a lo que nos va llegando. Los medios de comunicación tradicionales al igual que los alternativos son la fuente que suministra experiencias; nos dan pautas y nos muestran donde está el error para no volver a cometerlo, son además, el pan diario para la crítica y confrontación de teorías viejas y nuevas, todas tan importantes a la hora de decidir sobre su aplicación.

Si bien las aulas universitarias dan la instrucción suficiente para sacar profesionales idóneos, cultos y competitivos, es importante también que el alumno desarrolle una serie de actividades extracurriculares que además de ser la extensión a las futuras actividades profesionales, sean la puerta de entrada al maravilloso mundo del ingenio y la creatividad humana.

No puede concebirse en este siglo, alumnos seudo creativos apáticos a los nuevos retos, a las nuevas experiencias y a moverse en el amplio campo de posibilidades que le ofrece el también mundo tecnológico. De la misma manera no puede ser excelente creativo el alumno de mente estrecha, lleno de prejuicios sociales y morales que en última instancia generan timidez, temor, comodidad y facilismo.

Toda fórmula o receta, requiere de ingredientes con medidas o porciones precisas, aunque en ocasiones quien la prepara tendrá la osadía para darle un toque especial y convertirla en una especialidad, esto es lo que importa, el toquecito creativo que le de distinción y facilite compartir las locuras, buenas locuras o locuras buenas, que distinguen a los creativos.

La tarea de los profesores en estas disciplinas, debe tener un múltiple componente en la formación, por un lado estimular el trabajo de los alumnos, no sólo con la evaluación, sino también con la ayuda en las correccio-

nes a los trabajos, pues es del profesor directamente en cada asesoría o tutoría quien pone en el alumno su conocimiento. No siempre la teoría basta, ese acompañamiento con ejemplos apropiados a cada aplicación, es el motor que impulsa al alumno a deleitarse buscando soluciones a sus propias iniciativas y que muy seguramente, darán satisfacciones a todos los responsables del proceso formativo-evolutivo.

Cuando el proceso teórico-práctico conlleva un cúmulo de experiencias, todas las propuestas creativas se ven recompensadas y el resultado serán la coherencia y la responsabilidad de las partes comprometidas con un trabajo serio y ajustado a las necesidades del medio, en este caso, la formación de un profesional creativamente crítico y competitivo.

Las expectativas que se avecinan en el campo creativo son múltiples y de toda índole, la globalización y las nuevas tecnologías dan impulso a la conformación de grupos interdisciplinarios más audaces, y no cabe aquí la mediocridad, la interacción fortalecerá más el espíritu creativo y le dará, como lo ha hecho en estos últimos años, el sello de distinción que se debe tener en estas disciplinas.

Cuando a las instituciones de formación profesional llegan aspirantes con el toquecito creativo, la tarea es más fácil y por ende tendrá su razón de ser, no olvidemos que siempre habrá de seleccionarse lo mejor de los aspirantes y que de esta manera nuestra labor docente se vera recompensada, todos lo sabemos, cuando una mente es abierta a todas las formas de expresión, el pensamiento será crítico, participativo y también estará abonado para sembrar en el los ingredientes necesarios que produzcan el fruto de la receta creativa y luego recoger el mejor fruto, fruto que se vera, a lo largo de su existencia, útil a la sociedad a la cual pertenece.

No cabe duda que el mejor creativo es aquel que se las sabe casi todas, que tiene la solución en la mano, que no duda de su capacidad, que está en constante reingeniería y que además es soñador. Por esto, la capacidad creadora debe alimentarse cada día de los mejores nutrientes, debe poner a prueba cada día su potencial, siempre caracterizándose por ser fuera de lo común y aportando en cada idea un pedacito de su materia prima, no debe ser petulante sino más bien sencillo, querido, y muy humano. Se ha dicho y eso se ve en muchos casos, que el creativo es de chispa momentánea y que lo ronda el desorden, pero ¿acaso esto no se puede corregir? Si bien es cierto que la buena factura, la limpieza, la adecuada utilización de los recursos y otras cositas más hacen parte de la excelencia en cada trabajo o propuesta, aquello debería tener solución.

No hay nada más agradable que el orden y la capacidad para determinar el puesto de cada cosa, las ideas funcionan cuando se tiene el orden de las prioridades, de la misma manera como se tiene un lugar adecuado para cada cosa de esa misma manera se tiene un orden y un lugar adecuado para cada idea. ¿Quién dijo que el orden reñía con lo creativo? Este componente debe ser importante a la hora de poner en práctica la fórmula o receta creativa, se debe tener el control de cada cosa que

interviene en el momento imaginativo, pues se comienza siempre con una bitácora o derrotero y es esto lo que sugiere un orden. Además hay que tener presente que cada nueva idea es un replanteamiento diferente y que cada idea nueva no debe tener mezclas de la anterior, pues esto supone que cada momento creativo es único y por ende tendrá el aplauso de todos.

Si bien es cierto que todas las profesiones requieren del ingrediente creativo, y que todas ellas tienen sus propios saberes, también es cierto que los creativos en comunicación gráfica publicitaria requieren de una alta dosis de sabiduría, pues los mensajes, sean gráficos o textuales, van dirigidos a diferentes sectores de la sociedad y ante eso se debe tener también mucho tacto. Esa fluidez, esa forma de expresar, debe tener un alto sentido de responsabilidad de tal manera que no menoscabe la integridad social.

Cada día la profesión de creativo se hace más importante, la mayoría de la sociedad reconoce su status y a pesar de considerarse un oficio más que una profesión, esta en todos nosotros (profesores y alumnos) darle el lugar que le corresponde, hoy se requiere de un potencial altamente creativo, de un lado, se dijo más arriba, las nuevas tecnologías y de otro la globalización que exigen más profesionalismo y competitividad.

A todo esto, hay que sumar la necesaria insistencia, a todos los niveles de formación, que, para pensar en desarrollar capacidad creadora, hay que tener presente andar de la mano con el concepto, sino hay concepto no hay idea creativa y todo esfuerzo se perderá. Los conceptos al igual que las ideas son componentes de un mismo engranaje y requieren, de quienes conforman el equipo creativo, una alta dosis de imaginación ligado a una investigación que si bien es suministrada por un cliente, también será responsabilidad de cada uno de los componentes del grupo. Trabajar en equipo ha de ser por lo demás un objetivo a tener en cuenta en la labor creativa y merece nuestra atención, pues de un lado se trabajara con diferentes genios y de otro con las diferentes cargas emocionales propias de cada individuo. La tarea desde la formación debe tener un alto sentido de responsabilidad sobre las funciones individuales para cumplir metas y objetivos en los que todos sean aportantes a esas ideas creativas y donde la genialidad grupal sea la ganadora y artífice del éxito. Tanto más heterogéneo sea el equipo creativo más garantía tendrá de que el producto (mensaje, campaña, diseño etc.) se ajuste a las exigencias de quien paga por ver su inversión en la cúspide de las ganancias.

Hay que insistir a nuestros noveles creativos, desde los primeros días de su formación, que la labor se hace con pasión y con el ejercicio constante de una mente innovadora y persuasiva.

Estas apreciaciones las hago desde mi experiencia como estudiante universitario que fui, mi paso por la agencia publicitaria, la labor de free lance y la experiencia como catedrático en las áreas de la creatividad, los talleres de gráfica publicitaria, las asesorías a las prácticas profesionales y mi necesidad de dar un aporte a la formación de excelentes creativos .