



LA DIALÉCTICA COMO MÉTODO EN EL PROCESO CREATIVO



<https://doi.org/10.56238/levv16n46-061>

Data de submissão: 20/02/2025

Data de publicação: 20/03/2025

Luz del Carmen Vilchis Esquivel

Programa de Posgrado. Facultad de Artes y Diseño
Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)

E-mail: linusviel@gmail.com

RESUMEN

Este trabajo profundiza en el fenómeno de re-presentación de la realidad, en el cual tanto recuerdos, como experiencia, objetos, elementos sensibles y evocaciones proporcionan recursos para la razón sensibilizada que, según el método dialéctico, unifica los términos complementarios superándolos a fin de develar la esencia de una forma diferente, no es nueva, intervienen las formas dadas y se les atribuye una configuración alternativa la que a su vez genera un concepto diferente. Tanto el arte como el diseño no son miméticos ni se sujetan al dominio de la Naturaleza, son actos basados en la revelación sensible del espíritu que expresan una verdad de la forma en la lucha permanente por darle sentido. Crear de manera dialéctica se distingue de otras maneras porque hay consciencia del contenido y de la forma, ambas deben conciliarse. No se trata de una progresión que transite de la tesis a la antítesis y la consiguiente síntesis. Se trata de la definición de categorías.

Palabras clave: Diseño. Representación. Creatividad. Dialéctica. Método.

1 INTRODUÇÃO

1.1 INTRODUCCIÓN AL PROCESO CREATIVO Y SUS CARACTERIZACIONES

El cerebro humano cuenta con millones de neuronas que interactúan de forma compleja. La creatividad no es una reacción espontánea, hay condiciones de cognición, afectividad, emocionales, contextuales y educativas que se vinculan con ella. Se trata de un concepto incorporado a las artes hasta el siglo XIX, ámbito del que se consideraba exclusivo hasta el siglo XX cuando se expandió a la condición y cultura humana:

Según la interpretación actual, la creatividad es un concepto que tiene un ámbito muy amplio: abarca toda clase de actividades y producciones humanas, no sólo aquellas que han sido realizadas por los artistas, sino también los científicos y técnicos. El arte encaja en este concepto, pero no lo enriquece [...] el rasgo que distingue a la creatividad en todos los campos, tanto en pintura como en literatura, en ciencia como en tecnología, es [que] se parece en cierto modo a lo que ha existido antes, y en cierto modo se diferencia. (Tatarkiewicz, 2002, pp. 292-293)

Cuando se crea algo que repite esquemas, estereotipos o algo cuyo sentido generará una larga vida del mensaje, objeto o espacio, sobrepasando la tendencia de asignar roles específicos a los objetos no se considera una expresión creativa. El excedente de sentido no se debe juzgar como un valor innecesario, podríamos hablar de que hay maneras por descubrir, mensajes por responder, objetos, espacios o técnicas por optimizar, formas depuradas que sustituyan el caos por un orden en el que los cánones no partan de imposiciones a la forma sino de definiciones del contenido.

El tiempo de respuesta es una de las condicionantes del pragmatismo en las artes y el diseño. Un problema, en particular en diseño, se resuelve decidiendo que rescatar de formas previas o intuiciones inmediatas. Se acepta que la espacialidad y la temporalidad sean parte del proceso de diseño, que no del proceso creativo. No es inteligente trabajar bajo las presiones de los clientes. Los aficionados lo hacen, los profesionales toman el tiempo indispensable para resolver el dilema que presenta una necesidad. Lo anterior supone que se han rebasado los términos de la espontaneidad, la obviedad y el efectismo.

¿Cuáles son los mensajes, objetos o espacios diseñados con valor?, cuando se va más allá del valor de uso y el valor de cambio queda el valor de signo según afirmó Baudrillard (1974). En ello radica la restitución de los códigos propicios para cada caso en particular. ¿Qué es lo que hace que una persona asimile el todo, se involucre con ello y resignifique...que nunca sea lo mismo? La naturaleza de una dimensión de la conducta humana la cual conlleva la capacidad de transformar operaciones mentales ordinarias y conocidas en otras posibilidades peculiares e insólitas que tienen diversos niveles según la interpretación resultante de un conjunto de circunstancias, se trata del fenómeno de connotación (Barthes, 1971).

Las personas están tan acostumbradas a convivir con el diseño que no lo asimilan. Acumulan objetos, mensajes, cosas que se relacionan con momentos históricos, con eventos trascendentes o sencillamente con compulsiones. las condiciones son innumerables.

¿Cuál es el valor de los objetos? Las cosas y su tiempo de vida, su funcionalidad, su vigencia o ¿el significado que suponen para las personas?, La carga única de valor es lo que ha prevalecido para los artistas y diseñadores, no es lo que comunican, es el trasfondo de ello. Hay una cadena infinita de semiosis fuertemente vinculada con el diseño.

Lamentablemente, la creatividad se muestra aún dependiente de explicaciones bizarras proporcionadas por investigadores diversos a los largo de la historia de arte, de ahí que existan mitos como el genio loco, el encuentro del sí mismo, la influencia planetaria, las alusiones a condiciones como la catarsis, la soledad, el misticismo, incluso la dependencia de sustancias psicotrópicas. La magia no queda alienada, al igual que el fervor religioso, las pasiones amorosas o estados delirantes en los que el éxtasis estalla en una suerte de encantamiento. También se encuentran las dotes innatas que son asequibles sólo a unos cuantos:

El “genio creador” se fija en personas como usted o como yo y su secreto es la dedicación absoluta y el esfuerzo mantenido durante muchos años en un ámbito del conocimiento humano: una vida de dedicación a un trabajo soportado sobre unas capacidades de ‘infraestructura’ específicas de cada ámbito, y con la contribución [...] de un poquito de suerte [...] ‘yo no creo en las musas, pero por si acaso bajan prefiero que me encuentren trabajando’ dijo Picasso. Pero ese esfuerzo mantenido sólo puede sustentarlo una fuerte motivación. (Romo, 2019, p. 41)

La creatividad es así, el mejor trabajo de la mente.

2 IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN Y EL CONCEPTO

Una pelota de béisbol puede costar entre ochenta y cien mil dólares ¿cómo un objeto con poco valor de uso llega a tener tal valor de cambio?

No se puede pensar en la mitad de algo sin considerar la otra mitad, el texto visual es frío si se basa en abstracciones formales sin trasfondo, no hay lógica. La lógica surge por sí misma cuando se presentan conceptos y los conceptos que sean activos tienen que quedar ligados a una serie de ideas e imágenes mentales móviles que se representan con palabras.

Si no existiera la palabra “insecto” tendríamos que definirlo como el “animal articulado de seis patas que respira por tráqueas y sufre diversas transformaciones” no obstante, la palabra está contenida en otra, “animal” o “ser orgánico que siente, vive y mueve por propio impulso.” También tendríamos problema con la definición de insecto si narramos su contenido: abeja, grillo, hormiga, ciempiés, mosca, polilla, etcétera. Es así como las palabras ocultan “conocimiento.”

Una palabra en otro idioma nos resulta indiferente. Si escuchamos *Tutamus*, es un sonido sin sentido, a menos que nos expliquen que era un dios romano considerado un guardián, famoso porque hizo volar a *Hannibal*, se le consideraba similar a Hércules, y aquí, como Sócrates, podríamos elaborar nuevas preguntas ¿quiénes eran *Hannibal* y Hércules? ¿Qué significaban en la mitología romana? y a cada respuesta corresponde una nueva pregunta.

Un concepto crea relaciones múltiples, une palabras o, lo que es lo mismo, vincula ideas y las relaciona con imágenes mentales y con experiencias previas. Los conceptos son la base de las estructuras cognitivas.

El concepto funda una unidad en la que “las partes y las oposiciones particulares no perseveran unas contra otras en una autonomía y una firmeza reales, sino que ya solo tienen vigencia como momentos ideales reconciliados en una consonancia libre” (Hegel citado por Han, 2023, p. 83).

Las categorías son los conceptos generales de una disciplina, más allá de los cuales no existe otro concepto que los agrupe o implique, siendo además el punto de partida para la construcción deductiva y dialéctica de una teoría.

En las categorías más altas se encuentran las filosóficas, o los denominados universales porque integran la psicología cognitiva, la epistemología y la ontología. Los universales son entidades abstractas de las que derivan los particulares o entidades concretas, por ejemplo del “ser” deriva “ser humano.” Estas son las grandes bases filosóficas: ser, ente, esencia, substancia, dominios que según Ferrater Mora (1979), interpretando a Aristóteles, se describen en tres esferas: como *arquetipos sobrehumanos*, como *esencia de las cosas* y como *conceptos mediante los cuales hablamos de las cosas*. Para que estos adquieran sentido, habrán de establecerse preguntas, abstracciones, respuestas, relaciones e implicaciones.

Para lo anterior, la experiencia es un modo de conocimiento donde la razón exige entendimiento y no sólo la recepción de datos e imágenes. Conocemos las cosas de acuerdo con lo que estamos capacitados para hacer. Es necesario establecer vínculos entre la experiencia y los conceptos, luego unir conceptos a conceptos en cadenas de agrupación.

El método dialéctico como un modo de acceder a la creatividad. La dialéctica de la creación se resuelve según la triada en la que el concepto, la imagen mental y la fusión de ambas, engendran la solución a un problema de diseño y resuelven una necesidad de comunicación. Es la respuesta a ¿qué se va a diseñar y cómo se va a diseñar?

3 LA DIALÉCTICA DE LA CREATIVIDAD COMO RESULTADO DEL CONOCIMIENTO

El método dialéctico es un modelo sustentado en una triada de conceptos denominados idea, concepto y materialización, estatus que trasciende el lugar común de la tesis, antítesis y síntesis. La

secuencia de estos elementos supone una proposición originaria, un segundo momento de consolidación epistemológica y la expresión material como epítome de su confrontación. Este método tiene escuelas con variantes que implican diferencia. Fichte, por ejemplo, subordinó el proceso a la antítesis ubicándola después de la experiencia, lo que atrajo numerosas críticas a sus postulados. Hegel, considerado padre de la dialéctica, propuso que la evolución del método se proyectara en la materialización como resultado de la idea y su conceptualización. Marx, en el materialismo dialéctico construye el método como la antítesis del modelo hegeliano porque descifra lo material y lo vierte en abstracciones o ideas. (Vilchis, 2016)

En el sistema hegeliano, que es la base de esta disertación, la entidad original es la idea, es aquello de lo que se parte. Hegel lo nombraba el ser o la idea. No obstante, la idea como tal es vaga, difusa, se pierde, sólo se entiende como un acercamiento a lo que es, se trata de un término.

Se requiere de la investigación como manera de acercamiento al concepto que es preciso y específico.

El espíritu tiene para nosotros como presuposición propia el primer absoluto [...] la idea que ha llegado a su ser por sí, cuyo objeto y sujeto a la vez es el concepto [...] la esencia del espíritu. [...] El revelar, en el concepto, es crear el mundo como su ser, en el cual el espíritu será la afirmación y la verdad [...] (Hegel, 2005).

La conceptualización de las ideas requiere de un compromiso crítico con el diseño o las artes de la visualidad, ya que es una secuencia de fases dinámicas que antepone la razón a cualquier subjetividad. Los juicios y las nociones son aquí constructos del pensamiento, de la concepción clara de aquello que se ha enfocado y por ende el conocimiento.

La investigación otorga respuestas a numerosas preguntas y permite la asertividad epistemológica, formula cadenas de cognición, de discernimiento e intuición dirigida. Es el saber de las artes y el diseño. Ausubel (2000) señala que el aprendizaje es significativo cuando los nuevos conocimientos se pueden relacionar con conocimientos previamente adquiridos. La inteligencia es el recurso para estructurar los estados cognitivos sobre bases no arbitrarias. Es aquí donde se enfrentan urdimbres conceptuales y redes de comprensión.

La conceptualización o conceptualización es comprendida como la expansión de una idea en la totalidad de la naturaleza o en un objeto determinado de la naturaleza. Se trata de una cosa que debe tener un punto de coincidencia con la idea. El concepto es concebido por Hegel como el mundo de las antinomias “o sea la afirmación de dos proposiciones opuestas sobre el mismo objeto, de tal manera de cada una de ellas puede ser afirmada con la misma necesidad.” (Hegel, 2005: 31)

Hay malentendidos respecto a que el concepto trata de la antítesis como lo opuesto en sentido lógico, es decir, lo antagónico enfrentado, algo incompatible. La noción como trascendencia del pensamiento no es lo contrario formal, es el extrañamiento, la salida de sí de la idea para llegar a la

concreción objetiva. Se trata de la concreción o representación de la idea que da lugar a su materialización.

Por ejemplo, si la idea es un coche, el concepto habrá de definir cómo es el coche en una imagen mental, también se descarta lo que no es, en este caso, un barco o un avión. Una vez caracterizado, el coche se puede dibujar, transformar en un modelo tridimensional o construir en su totalidad, es decir, se materializan tanto la idea como su concepto. Es fácil ejemplificar con un coche, sin embargo, que sucede si se trata de la nobleza ¿qué es? ¿cuál es el concepto de este o cualquier otro valor? cambia totalmente el panorama epistemológico, es el pensamiento del mundo empírico.

La materialización es la fusión de idea y concepto, es algo diferente que debe abarcar ambas partes de la triada. Es la figura o composición, resultado del concepto y su imagen. Paul Rand afirmó que sin idea no hay diseño, aquí se hace una aclaración epistemológica: sin concepto no hay diseño ni arte, ya que estos surgen de la investigación y del conocimiento no de la apariencia visual o externa. Aquí es cuando se habla del resultado del saber mediato que se ha conformado entre el concepto y su materialización. Esto es lo que Hegel denomina el “ser determinado” que se entiende como lo diseñado, lo creado.

Parece una cadena sencilla en la que sólo encontramos tres eslabones, no se reduce a tal. En cada problema de diseño hay considerables regresos a la idea, el concepto y la materialización, esto está determinado por una espiral semántica, retórica y hermenéutica tanto como por las codificaciones y cualidades del discurso del que se trate.

4 CONCLUSIONES

Un artista o diseñador, hace una re-presentación de la realidad, en ella los recuerdos, la experiencia, objetos, artefactos y evocaciones proporcionan elementos para la razón sensibilizada que, según el método dialéctico, unifica los términos complementarios superándolos a fin de descubrir la esencia de una forma diferente, no es nueva, intervienen las formas dadas y se les atribuye una configuración alternativa la que a su vez genera un concepto diferente.

El arte y el diseño no deben ser imitativos ni sujetos al imperio de la naturaleza o su antinomia, son actos de revelación sensible del espíritu que expresan una verdad de la forma en una lucha permanente por darle sentido a los mensajes, objetos o espacios.

Crear de manera dialéctica se distingue de otras maneras porque hay consciencia del contenido y de la forma, ambas deben conciliarse. No se trata de una progresión que transite de la tesis a la antítesis y la consiguiente síntesis, esta es una dialéctica mal entendida. Se trata de la transición de la idea al concepto y luego a la materialización desde los principios hegelianos.

El "concepto" hegeliano no es nada abstracto. Es la forma viviente y vivificante que configura a fondo la realidad, interviniendo a través de ella y *aprehendiéndola*. El concepto unifica sus partes en una totalidad viviente y orgánica. La totalidad que el concepto configura lo *comprende todo en sí*. (Han, 2023, p. 81)

El resultado, lo creado, es polisémico y multidimensional, puede mostrarse realista, simbólico, descriptiva, emotivo, persuasivo, etc. Finalmente, la creación es propia de la manera original de cada diseñador según entienda la fusión de las posibles transversalidades que confronte con la idea y su concepto, para lo cual no hay instrucción alguna, es un enfrentamiento con la experiencia y el dominio del conocimiento.

Aquí se entiende la aportación objetiva, subjetiva e intersubjetiva del diseñador, es la interpretación particular de los elementos anteriores que sólo se genera con base en una sólida preparación teórica y el conocimiento del repertorio o gama de posibilidades que proporciona la gramática visual y las dimensiones del signo: sintáctica, semántica y pragmática, sumadas a las figuras retóricas y posibles narrativas discursivas, dialógicas e interpretativas, todos ellos recursos de que dispone el diseñador para aportar un resultado creativo.



REFERENCIAS

- Ausubel, D. et al. (2000) *Psicología Educativa. Un punto de vista cognoscitivo*. México: Trillas
- Barthes, R. (1971) *Elementos de semiología*. Madrid: Alberto Corazón.
- Baudrillard, J. (1974) *Crítica de la economía política del signo*. México: Siglo XXI
- Ferrater Mora J. (2004) *Diccionario de Filosofía*. Barcelona: Editorial Ariel, Volumen 4
- Han, B-Ch. (2023) *La salvación de lo bello*. Barcelona: Herder
- Hegel, G. W. F. (2005) *Enciclopedia de las ciencias filosóficas*. Barcelona: Alianza Editorial
- Ponce Rivas, A. (1997) *Columnas metodológicas*. México: INAD
- Romo, M. (2019) *Psicología de la creatividad*. Barcelona: Paidós.
- Tatarkiewicz, W. (2002) *Historia de seis ideas*. Madrid: Tecnos.
- Vilchis Esquivel, L. (2016) *Diseño. Universo de conocimiento*. México: Qartuppi