

María del Carmen Porras
Edgardo Castro

Paradojas de la creatividad

*Un enfoque interdisciplinario desde la psicología y el
diseño gráfico, a partir de afiches para promocionar
una muestra de arte mendocina*

La intención del artículo es establecer una interacción entre imágenes y pensamiento, para intentar comprender, desde distintos puntos de vista, la naturaleza de la creatividad. Surge dentro del marco de la investigación titulada "Detección y comparación de características psicológicas comunes entre los aspirantes a ingresar en la carrera de Diseño Industrial y los egresados de la misma, con el propósito de evitar la deserción", aprobado por la Secyt. Uno de los objetivos de dicha investigación es detectar las habilidades que identifiquen al diseñador, entre las cuales la creatividad aparece de modo privilegiado.

Psicoanalista, miembro adherente de la Asociación Psicoanalítica Argentina y de la International Psychoanalytical Association. Profesora titular de *Psicología Aplicada al Diseño*, en la FAD, UNCuyo, Mendoza. Creadora y coordinadora de los *Cursos de Confrontación Vocacional* para aspirantes a la carrera de Diseño Industrial de dicha institución. Docente investigador. Actualmente investiga las posibles causas de la deserción en la carrera de Diseño Industrial, desde el punto de vista psicológico. Autora de diversos artículos sobre creatividad en diseño y sobre la incidencia de los factores emocionales y las significaciones en la percepción, presentados en congresos nacionales y latinoamericanos.

Diseñador Industrial especializado en Gráfica. Fue director de la carrera de Diseño de 1992 a 1998. Actualmente es Profesor Titular de *Diseño Gráfico Final* en la FAD. Ha cursado estudios de posgrado en Comunicación y Educación y en Diseño Multimedial. Participa en proyectos de investigación. Es integrante del Grupo Grappo, que busca revalorizar la cultura, los valores regionales y la memoria histórica mediante la innovación y la experimentación en el afiche.

INTRODUCCIÓN

En la investigación “Detección y comparación de características psicológicas comunes entre los aspirantes a ingresar en la carrera de Diseño Industrial y los egresados de la misma, con el propósito de evitar la deserción”, que da origen al presente artículo, partimos de una postura epistemológica que jerarquiza la pluricausalidad y el abordaje interdisciplinario del problema; por ello no desconocemos la importancia de los factores socioeconómicos y pedagógicos que inciden en la deserción. Sin embargo, en esta etapa, nuestro objetivo consistía en estudiar las características psicológicas de los alumnos. Esto implicó detectar aquellas características que resultasen favorecedoras —y aquellas que no— para la adquisición de los conocimientos que se imparten en la Universidad.

Los sujetos de la investigación fueron alumnos en el tránsito desde la inscripción hasta el final de la carrera. Se realizó el seguimiento de 1.044 aspirantes, correspondientes a las cohortes 1991, 1992 y 1995 de la Carrera de Diseño de la Facultad de Artes.

Se trabajó con el material obtenido en tres momentos del trayecto por la carrera: en los cursos de confrontación vocacional, en cada uno de los exámenes y en el desempeño en la última materia, Diseño Final.

En los cursos de confrontación vocacional se había estudiado con reactivos psicológicos a los aspirantes a ingresar, mediante cuatro instrumentos elaborados especialmente para esta etapa: un cuestionario vocacional, un cuestionario de intereses profesionales específicos para diseño industrial, las pruebas de creatividad y una técnica proyectiva gráfica “Visión de futuro”. Tales instrumentos permitieron análisis cualitativos y cuantitativos. Después se realizó el seguimiento de cada alumno en el transcurso de sus estudios registrando las notas obtenidas en cada materia. Por último, se exploró —mediante una evaluación cualitativa— a los alumnos que llegaron a la última materia de la carrera que los habilita específicamente para el ejercicio profesional.

La determinación de los factores asociados al éxito o fracaso de los estudiantes de Diseño se efectuó procesando todos los datos obtenidos, mediante análisis factorial de correspondencias.

La finalidad fue la de determinar —a partir de la comparación de los grupos constituidos por los jóvenes que se reciben, los que prolongan varios años el cursado y los que abandonan— **algunas características de personalidad** necesarias para lograr un **buen rendimiento en el cursado**, así como aquéllas que resultan perturbadoras para el mismo fin.

De esta manera se ha detectado que es posible realizar un diagnóstico con un buen nivel predictivo del éxito en la carrera, a través de la interpretación de indicadores aportados por los instrumentos estudiados. Se encontró en los alumnos que se recibieron ciertos rasgos de personalidad que son necesarios para completar toda tarea que requiera esfuerzo sostenido. Se diferencian notablemente de ciertos rasgos encontrados en los que prolongan varios años el cursado o abandonan, en los que se puede inferir que pueden estar realizando elecciones conflictivas, inmaduras, desajustadas, pseudoelecciones o que se encuentran francamente desorientados.

LA CREATIVIDAD: UNA DE LAS HABILIDADES QUE IDENTIFICAN AL DISEÑADOR

Para los propósitos del presente trabajo nos centraremos en una de los rasgos de personalidad, traducido en habilidad, que caracteriza al diseñador. Se trata de la *creatividad*.

Es preciso, en primer término, reflexionar acerca de la naturaleza de esta habilidad, ya que la palabra “creatividad” tiene actualmente un marcado carácter polisémico que ha provocado un empobrecimiento conceptual; tanto, que algunos diseñadores han decidido no emplearla más en sus publicaciones para evitar malentendidos. Por ejemplo, desde el uso “vulgarizado” se utiliza este concepto con una connotación predominantemente positiva. Así, “creatividad” equivaldría a productividad, espontaneidad, ingenio, imaginación, originalidad, flexibilidad. De esta forma se desestima, se ignora o se niega el complejo y conflictivo proceso que requiere la creación.

LA CREATIVIDAD DESDE LA MIRADA DE UN ALUMNO EN SU ÚLTIMO TRABAJO CURRICULAR

Presentaremos a continuación el análisis de una experiencia realizada por un joven, Daniel Donnet, para su trabajo de tesina de la carrera de Diseño Gráfico. Esta propuesta nos pareció muy interesante porque la elocuencia de las imágenes da cuenta de algunos

aspectos del **trabajo psíquico de la creación**, desvalorizados por la concepción superficial de creatividad.

El tema de la tesina fue la “Promoción de un festival de arte joven”. Se trata de la propuesta de un “creativo”, que ha experimentado en sí mismo los avatares del proceso de creación, cuyo objetivo fue dar a conocer las obras de otros profesionales que se aventuran en análogos desafíos: los artistas.

Donnet parte de la detección de un problema: a pesar de que existe en Mendoza una actividad artística rica, variada y de muy buena calidad, ésta no logra llegar a un público amplio, según se desprende de una encuesta realizada por la Subsecretaría de Cultura de Mendoza, en la que se advierte que los eventos culturales no mueven gran cantidad de personas. Es siempre el mismo público el que aprovecha habitualmente estas manifestaciones. Del grupo de los que nunca asisten, la mayoría expresa, en dicha encuesta, que le gustaría hacerlo, pero que no logran acceder a la información sobre los eventos; otros dicen que no han incorporado el hábito de concurrir, aunque no se explican el motivo de su conducta. Los que sí asisten, coinciden en que los espectáculos mendocinos son, en general, de excelente calidad y que los aprecian con poca frecuencia.

Esta situación perjudica tanto al artista —que se ve así frustrado en un paso esencial del proceso creativo, como es llegar a otras personas con su obra—, como al público, que termina privado de ese encuentro con la obra de arte, encuentro tan necesario para el bienestar humano.

El autor se propuso solucionar fallas en los mecanismos de difusión y hallar, a través de esta campaña de afiches, algunos medios eficaces para un encuentro satisfactorio entre el artista y el público.

Al realizar el análisis de antecedentes en piezas de promoción de eventos artísticos (afiches, programas de actividades, marcas, etc.), observó que frecuentemente se usan dos recursos: mostrar parte de lo que se verá en el evento (o sea, una obra terminada), o bien utilizar el instrumento más representativo de la actividad a promocionar. También encuentra piezas con exceso de información, lo que dificulta la transmisión del mensaje.

Considera que en dichas piezas hay escasa innovación desde un punto de vista retórico. Los conceptos utilizados en la comunicación son predecibles, se agotan en lo denotativo, es decir, se quedan en la significación primaria del signo y no se enriquecen con nuevas significaciones. Por el contrario, él quiere lograr una campaña persuasiva, simple —para que sea entendida por un público amplio— y original, para que “atrape” al receptor. Teniendo en cuenta muy especialmente al público “joven” al que se dirige, el autor de la

campaña consideró importante alejarse decididamente del carácter solemne, formal, distante, “almidonado”, que se asocia generalmente a las muestras culturales.

IMÁGENES DE LA CAMPAÑA

El eje de la campaña no es el artista como un ser excepcional y distante. Se lo rescata, en cambio, en sus facetas compartidas con todas las personas, como niño y como trabajador. Además, el público es concebido y apelado como un artista en potencia al que se quiere movilizar.

Donnet descarta la posibilidad de utilizar la reproducción de una obra terminada. Selecciona, en cambio, para los afiches, imágenes de los instrumentos representativos de cada actividad, tratando que sea el elemento más simple, característico, universal y arcaico de cada una de ellas. De esta manera, elige para la danza, zapatillas de baile; para la pintura, el pincel; para la música, un redoblante; para la literatura, el lápiz y para el teatro una hoja de papel: el guión. Todos estos elementos tienen la sorprendente particularidad de estar gastados, deteriorados, arrugados, con la intención de connotar el largo y accidentado camino recorrido. Las imágenes se refuerzan con palabras que dan cuenta de estados emocionales por los que pasa el creador hasta llegar a terminar una obra y disponerse a presentarla: “inspiración”, “adrenalina”, “nervios”, “impaciencia”, “ensayos”, “para mostrarte lo mejor de nuestro arte”.

EL PROCESO CREATIVO ENCAUZADO EN UN PROYECTO DE DISEÑO, SEGÚN EL PUNTO DE VISTA PEDAGÓGICO DE LA ASIGNATURA “DISEÑO GRÁFICO FINAL”

Desde el punto de vista del proceso proyectual, la tesina que estamos analizando ha sido desarrollada con una metodología establecida en la cátedra Diseño Gráfico Final, que en líneas generales participa de los criterios comunes a los cursos de enseñanza del diseño, pero que cuenta con algunos aspectos particulares.

Este método de trabajo ha sido definido sobre los siguientes ejes:

- Posibilitar que el proyecto final de la carrera funcione como una experiencia integradora de los conocimientos adquiridos en el proceso de la formación universitaria.
- Lograr una propuesta individual, con un enfoque novedoso, inédito, para resolver un problema de comunicación que responda a parámetros de la realidad.
- Estimular el desarrollo de la autonomía del alumno, particularmente en la toma de decisiones, ya que se

trata de una de las mayores dificultades detectadas en sucesivas cohortes de los alumnos que cursan Diseño Gráfico Final.

Esta metodología proyectual se basa en la articulación de dos procesos consecutivos. El primero consiste en proponer al alumno una serie de tareas pautadas. A partir de éstas, el alumno define el problema, caracteriza al *emisor*, al *receptor*, al *contexto* o *escenario de la comunicación* y realiza un análisis de los antecedentes. Esta última instancia se desarrolla en forma grupal, con el objetivo de estimular el intercambio y la confrontación de ideas entre el grupo de estudiantes.

Este proceso objetivo requiere principalmente responsabilidad y actitud indagadora, de búsqueda y habilidad para la solución de problemas. Generalmente, esta etapa no presenta mayores inconvenientes. Si las tareas están claramente pautadas, la mayoría de los alumnos se sienten cómodos y contenidos en su ejecución.

El segundo proceso implica la generación, selección y evaluación de alternativas. A partir de allí se realiza la propuesta de los recursos comunicacionales para resolver el proyecto, o sea, se define la “estrategia de comunicación”.

Este proceso se desarrolla en forma individual. Además, como apoyo pedagógico, la cátedra estimula la participación del grupo de estudiantes para generar un ámbito de análisis y discusión.

Se propone a los alumnos que se aboquen a esta tarea con la mayor libertad posible, tratando de registrar todas las ideas que surjan, por más absurdas que parezcan.

En una instancia posterior, se realiza la evaluación desde los parámetros objetivos definidos en las etapas anteriores. Con esta evaluación, se inicia un proceso de retroalimentación en el desarrollo de la tarea.

El recurso retórico utilizado en este proyecto surge del problema mismo, en concordancia con lo que Bob Gill, el prestigioso diseñador inglés sostiene: “*de los propios problemas se pueden sacar sorprendentes y originales soluciones*” (Gill, 1982), lo que ejemplifica con sus propios trabajos.

De alguna manera, el trabajo de la tesina que estamos estudiando nace de un profundo análisis del problema a comunicar. Además de referir el proceso de creación y elaboración artística como un recurso para comunicar el contenido temático del trabajo, está reflejando su propio proceso creativo, a pesar de las innegables diferencias entre la creación artística y la del diseño.

Esta estrategia expresa las vivencias que los estudiantes (y los diseñadores en general) tienen cuando enfrentan la etapa de generación de alternativas de

diseño. La ansiedad y la incertidumbre son emociones que tanto el artista como el diseñador sienten en el proceso creativo. Obviamente, en el caso del diseño, la estructuración racional del proceso proyectual y las definiciones de los aspectos involucrados en el problema acotan y encauzan la tarea.

En el contexto de la investigación de la cual surge este trabajo, se presta especial atención a las instancias académicas que facilitan o entorpecen la fluidez de la evolución de los estudiantes en la carrera. Se ha observado que en el inicio del proceso creativo en el proyecto de diseño, es donde más se manifiestan resistencias y temores. A diferencia de lo que sucede en las etapas más estructuradas del proyecto, esta etapa produce una gran incertidumbre. Hay una tendencia a postergar el bocetado (lo que comúnmente se denomina “temor al papel blanco”); el estudiante en esta instancia se enfrenta con sus inseguridades y es cuando le resulta más dificultosa la autonomía en el ejercicio proyectual. En muchos casos es la etapa en donde se requiere en mayor medida el apoyo de los docentes.

La evaluación de alternativas tiene características similares, en cuanto a las resistencias personales que debe vencer el estudiante para realizar críticas (con cierto grado de objetividad) al trabajo producido, enfrentando frustraciones y superándolas, para tomar decisiones sobre los caminos que tienen mejores posibilidades para cumplir con los objetivos propuestos.

LA CREATIVIDAD DESDE EL PUNTO DE VISTA PSICOLÓGICO

Abordaremos a continuación el enigma de la creatividad en relación con la vida emocional del sujeto, que ha sido estudiado por psicólogos con diferentes teorías de referencia. En este caso, lo vamos a hacer desde el marco teórico del psicoanálisis.

La obra gráfica que estamos analizando da lugar a más de una lectura desde el punto de vista psicológico. Por un lado, Donnet intenta evidenciar aspectos negados del proceso de la creación, como el intenso y fatigoso trabajo que insufla la obra. Por otro, hace referencia a los aspectos conflictivos siempre presentes.

Si bien estas reflexiones parten de una obra gráfica que nos remite a la creación artística, en este artículo nos vamos a limitar a hablar de “creación” o “creador” en general (a pesar de las diferencias entre las modalidades de expresión, que deberán ser objeto de otro estudio), ya que, como sostiene Diana Cantis Carlino, es poco concebible una separación entre la actividad no estereotipada, original, ingeniosa de las expresiones plásticas o literarias, y otro tipo de expresiones como las del diseño, las científicas o las técnicas, “por cuanto la actividad subyacente, es decir los procesos conscientes e inconscientes, siguen en esencia la mis-

ma pauta. Si deseamos la incómoda escisión entre ellos es posible abundar en lo caleidoscópico de la creatividad que por supuesto requiere una variedad interdisciplinaria de lecturas. *El Psicoanálisis se incluye privilegiadamente entre ellas*” (Cantis Carlino, 1994: 24).

Consideramos que el diseñador descarta el conocido recurso de utilizar para la promoción de una muestra de arte la imagen de una obra terminada, porque favorecería una relación asimétrica entre artista y público. En esos casos, el artista es colocado en el rol activo y el público en el de receptor pasivo, al que se le ofrece un lenguaje visual ajeno a su experiencia emocional. En cambio, en el caso que estamos analizando, a través de las imágenes se muestra qué lejos está la realidad del artista de la idealización de la que es investido cuando se lo considera como un ser excepcional, admirable, dotado del don de producir belleza con toda naturalidad, o, en otras ocasiones, como una persona entre rara y peligrosa, a cuya obra es preferible no acercarse.

La manera de resolver esta situación de idealización consiste en apelar a un lenguaje visual que invita “al artista que hay en ti”, involucrando de este modo al público, provocando empatía. ¿Cómo logra hacerlo Donnet?

Según nuestro marco teórico, el diseñador logra representar, a través de las imágenes, el supuesto de que todos pueden ser artistas, como cuando niños crearon juegos o como cuando producen sueños. ¿Quién, alguna vez, ya sea hace mucho tiempo o sólo imaginariamente, no ha dibujado, pintado, escrito, bailado, actuado?

En la historia filogenética, el tambor es uno de los primeros instrumentos musicales; también es uno de los primeros juguetes. Del mismo modo, el papel, el lápiz, el pincel, la pintura, las zapatillas son los elementos utilizados para las expresiones artísticas más primitivas.

Sabemos que todo niño expresa plásticamente sus fantasías, a través del juego en todas sus manifestaciones. El juego es una actividad muy importante (y el niño la toma seriamente), ya que permite la elaboración de situaciones externas o internas indispensables para el crecimiento.

Tanto el niño como el artista —explicó Freud en *El creador literario y el fantaseo*— coinciden en varias características: crean un mundo imaginario, lo invisten de intenso afecto, lo concretizan con materiales de la realidad externa y lo mantienen separado de esta realidad.

Cuando el adulto, por su necesaria adecuación al mundo real, deja el juego, aparentemente renunciaría al placer que éste le deparaba. Pero, “no podemos renunciar a nada; sólo permutamos una cosa por otra” (p. 128): el juego infantil es cambiado por el **fantaseo**

(sueños diurnos, en los que se deja de lado el apuntalamiento en objetos reales).

Las fantasías de los adultos se caracterizan por representar el cumplimiento de deseos insatisfechos de dos orientaciones: ambiciosos o eróticos. En ellas se borran las fronteras del tiempo; el deseo las configura pudiendo imaginar un satisfactorio estado correspondiente al pasado, a raíz de algo presente y proyectarse como un hecho futuro. Son guardadas en la intimidad de la mente, por su carácter infantil o no permitido.

En todo adulto permanece vivo en el inconsciente el niño que fue. Pero no todos los adultos pueden conservar más o menos permeable el acceso a aspectos infantiles de la mente, internarse en ellos y volver a salir. El artista sí puede hacerlo.

En *La interpretación de los sueños*, Freud diferencia la naturaleza psíquica de la persona que “*reflexiona*”, de la que hace “*observación de sí misma*”. Esta última deja fluir sus ocurrencias, sus representaciones involuntarias, en un estado semejante al adormecimiento; éstas pueden mudarse en imágenes visuales y acústicas. Cita a Schiller, quien recomienda al creador que deje fluir las ideas sin que el entendimiento las examine con demasiado rigor y las descarte por insignificantes u osadas; sugiere que las persiga con atención concentrada, permitiéndose contemplarlas por un tiempo. Es posible que combinadas con otras, generen nuevas. Sólo entonces requerirán ser trabajadas conscientemente.

No todos pueden adoptar esa actitud, porque aparecen fuertes resistencias. Una mente creadora retira “*la guardia de las puertas del entendimiento*” (p. 124). La duración de ese delirio momentáneo es lo que distingue al artista pensante del soñador.

La creatividad requiere de un espacio mental abierto, en el que se puedan recuperar los hechos vividos, entre los cuales las vivencias emocionales infantiles son de la mayor importancia.

Potencialmente, todos podemos ser artistas, como cuando éramos niños, como cuando se crean sueños.

La necesidad de expresar grandes cantidades de emoción, tolerarla y dominarla es una fuerza motivadora para toda creación. Algunas personas, como los artistas, mantienen activa la capacidad de exteriorizar emociones primitivas, peligrosas o prohibidas, de manera especial. Es parte del talento, hacerlo sin ser demasiado violento como para producir rechazo. De este modo, el artista aporta imágenes, palabras, proporciona códigos, para que se puedan pensar y elaborar las emociones inconscientes y éste es el servicio que proporciona a las demás personas.

Si bien la capacidad creativa es un rasgo humano, la creación requiere una realización concreta, una puesta en obra (y en esto se diferencia de las producciones psicóticas y de las infantiles). Para poder llegar

a la concretización de la obra, se precisa continuidad, dedicación, entrega. Es preciso dedicar mucho tiempo y trabajo disciplinado, estar atento para responder a las necesidades propias y de las demás personas, sorteando los obstáculos que se van presentando, sin abandonar la tarea. Luego, es imprescindible apropiarse de lo dado, heredarlo para transformarlo en algo nuevo. En este proceso se presentan momentos en que hay que tolerar dudas, incertidumbres, intensas emociones que muchas veces obstaculizan la realización.

Como dice Vasarely: “*La bohemia inspirada pertenece al pasado. La poesía nace de un trabajo agotador, cotidiano y gris con escasos destellos de felices certezas*” (En Joras, 1977: 9).

Por los motivos expuestos —que Donnet tuvo en cuenta conscientemente en la elaboración de su obra—, los elementos figurativos (zapatillas, lápiz, etc.) que aparecen representados en los afiches se encuentran muy gastados. Pero es notable que también estén rotos, emparchados.

Estas características nos hacen pensar en un aspecto subyacente en la creación: la destructividad humana, que es uno de los términos del conflicto entre eros-vida y thánatos-muerte que el artista se atreve a enfrentar.

El psicoanalista argentino Pichon Rivière ha estudiado este aspecto que impulsa el proceso creativo. Dice este autor que el artista parte de un primer período de descubrimiento o encuentro (en su mundo interno o en el mundo externo) de un objeto, que tiene señales de destrucción y necesita de una recreación o una reconstrucción. El objeto fragmentado, disgregado o, tal vez, perdido, es “*reparado por el artista, cada fragmento de ese todo anterior sufre una metamorfosis totalizante, es una nueva forma y permanece a la espera de ser externalizada sobre la pantalla de la tela (o de la obra). Es el triunfo de la vida sobre la muerte, de la salud sobre la locura (...) Así es como lo siniestro se transforma en lo maravilloso, el contenido y la forma recrean una nueva estructura*” (Pichon Rivière, 1988: 26).

Desde este punto de vista, la fuerza que impulsa la creatividad es una vivencia de vacío, una carencia ya sea por pérdida o por daño. Tomar contacto con este inquietante sentimiento de falta dispara, paradójicamente, la búsqueda de otro objeto nuevo a través de la creación.

El músico Lars Nilsson, actual decano de la Facultad de Artes y Diseño, al inaugurar un Encuentro de Reflexión en octubre de 2002, hizo referencia a la terrible circunstancia en que Serguéi Prokofiev escribió una de sus más hermosas sonatas para flauta y piano: fue durante la batalla de Stalingrado en la Segunda Guerra Mundial. Dijo al respecto Nilsson: “*Esta música llena de alegría, es un símbolo de vida y pone de manifiesto que en los peores momentos, el ser humano puede crear las cosas más bellas*”.

“Paradoja”, según el diccionario de la Real Academia Española, es una idea extraña u opuesta a la opinión común de los hombres. Es una figura de pensamiento que consiste en emplear expresiones o frases que envuelven contradicción.

En el proceso creativo siempre se movilizan, **paradójicamente**, cualidades contrapuestas, como actividad-pasividad, consciente-inconsciente, interno-externo, connotativo-denotativo, personal-cultural.

CONCLUSIÓN

A modo de conclusión puede decirse que el talento creativo implica, en su naturaleza, el interjuego de múltiples opuestos, entre los que destacamos:

La aptitud de recuperar el espíritu lúdico del niño, acercarse a los afectos, a las vivencias más primitivas y, a la vez, estudiar estos contenidos con una mente crítica y disciplinada para seleccionarlos y transformarlos en una obra concreta que comunique un significado compartido con su medio social.

La palabra “creación” nos evoca esa condición divina de sacar algo de la nada. Sin embargo, para crear es imprescindible estar informado, estudiar, investigar. A veces la obra es sólo una combinación nueva de datos, conocimientos, impresiones o una nueva forma de ver algo conocido.

Es imprescindible que las fantasías se transformen en un producto externo que no pierda contacto con la realidad o que responda a criterios de funcionalidad, que esté destinada al encuentro con otros.

Cuando la obra despierta admiración y sentimientos estéticos, es porque el destinatario aprecia la magnitud de la transformación de lo destruido, en lo creado (recreado).

El diseño gráfico de Donnet responde, como otras obras, a una necesidad actual y local, pero al mismo tiempo está ligada a lo más universal y compartido por todos los hombres.

Consideramos que el trabajo del diseñador industrial, como el de toda persona creativa, transcurre durante mucho tiempo en “*esos grandes espacios libres*” —como dice Griselda Gambaro (diario Los Andes, Mendoza, 3 de octubre de 2004)— entre lo que es conocido y lo que aún está por ser. Esto implica tener suficiente capacidad para poder tolerar momentos difíciles de oscuridad e incertidumbre, sin abandonar la tarea.



Afiche apertura de campaña.



Nervios. Promoción de espectáculos teatrales.



Ensayos. Promoción de espectáculos de danza.



Inspiración. Promoción de muestras de plástica.



Impaciencia. Promoción de actividades literarias.



Adrenalina. Promoción de espectáculos musicales.

BIBLIOGRAFÍA

- ABERASTURY, Arminda, *El niño y sus juegos*, Paidós, Buenos Aires, 1977.
- AGUINIS, Marcos, *Sigmund Freud y la creación*, en diario La Nación, Buenos Aires, domingo 10 de diciembre de 2000.
- BETTELHEIM, Bruno, *Educación y vida moderna*, Crítica, Barcelona, 1982.
- CANTIS CARLINO, Diana S., "La creación: de lo originario a lo original". En: *Revista de la Asociación Psicoanalítica de Buenos Aires*, Vol. XVI, N° 1, 1994.
- CASTRO, Edgardo, Fichas 1, 2 y 3. Apuntes de cátedra, FAD, Mendoza, 2001-2004.
- DONNET, Daniel, *Seminario: Diseño de la identidad y promoción de un festival de arte joven que involucra: teatro, música, pintura, literatura y danza*, UNCuyo. Facultad de Artes y Diseño, Mendoza, 1994.
- ESPINA, R. y otros. "Estudio sobre incumbencias profesionales de Diseño Industrial". En: *Estudio interdisciplinario*, Publicación N° 9, Comisión independiente. UNCuyo, Mendoza, 1984.
- FREUD, Sigmund, *Obras Completas*, AE, Buenos Aires, 1992.
- GILL, Bob, *Olvide todas las reglas que le hayan enseñado sobre el diseño gráfico. Incluso las de este libro*, Gilli, Barcelona, 1982.
- JORAY, Marcel, *Vasarely*, Grifon, Neuchâtel, 1977.
- PICHON RIVIÈRE, E. *El proceso creador*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1988.
- PORRAS, María del Carmen, "Creatividad y Diseño", en *Mendoza, Revista Ñ de Diseño*, Mendoza, 21 de marzo de 1999.
- QUIROGA, Blanca Hilda, *Psicología y semiología aplicadas al Diseño Gráfico*, EDIUNC Mendoza, 1995.
- YAMPEY, N. *Psicoanálisis de la cultura*, Paidós, Buenos Aires, 1981.