

**HÁBITOS FAVORABLES EN LA SALUD
MENTAL DE LOS DISEÑADORES
DURANTE SU PROCESO CREATIVO**

**SARA GARCÍA LONDOÑO
GERALDINE RAMIREZ BUSTAMANTE**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
FACULTAD DE DISEÑO INDUSTRIAL
PROGRAMA DE DISEÑO INDUSTRIAL
MEDELLÍN
2021**

HÁBITOS FAVORABLES EN LA SALUD MENTAL DE LOS DISEÑADORES DURANTE SU PROCESO CREATIVO

SARA GARCÍA LONDOÑO
GERALDINE RAMIREZ BUSTAMANTE

Trabajo de grado para optar al título de Diseñador Industrial

Asesores:

MARTHA SOFÍA PRADA MOLINA
Doctorado en Proyectos e Innovación

LUZ MERCEDES SAENZ ZAPATA
Magister en Ergonomía

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
FACULTAD DE DISEÑO INDUSTRIAL
PROGRAMA DE DISEÑO INDUSTRIAL
MEDELLÍN
2021

Hábitos Favorables en la Salud Mental de los Diseñadores durante su Proceso Creativo

García L., S.; Ramírez B., G.

Facultad de Diseño Industrial, Universidad Pontificia Bolivariana,
Sede Medellín, Circular 1 N° 70-01, Medellín, Colombia

Resumen

El objetivo del presente trabajo de investigación es fomentar hábitos favorables para la salud mental de los diseñadores durante su proceso creativo, considerando la importancia de cuidar la salud mental, la cual se ve afectada por el peso que tiene el factor productividad en sus vidas laborales.

La investigación desarrollada es de tipo mixta, y se realiza con una muestra por conveniencia de cinco personas, que trabajan en el sector creativo y que tienen ocupaciones afines al diseño. El instrumento principal es el taller a través de plantillas que acobijan representaciones gráficas, y se divide en cinco momentos principales; lo cual permite establecer relaciones entre las emociones y los hábitos frecuentes dentro del proceso creativo, así como también seleccionar los hábitos más apropiados para el cuidado de la salud mental durante el proceso creativo.

Se encuentra que tanto hábitos como emociones pueden ser generadores los unos de los otros, así como también que la infancia es determinante en hábitos adoptados por los creativos y que estos prefieren evadir situaciones en las que se presentan emociones desagradables en vez de enfrentarlas, aunque reconocen que las emociones desagradables pueden tener ventajas en cuanto a su productividad. También se identifica la gran importancia de que los creativos puedan diferenciar su identidad de su profesión.

Palabras clave: Proceso creativo; Salud mental; Generación de hábitos; Emociones.

1. Introducción

El propósito de esta investigación es fomentar hábitos favorables para la salud mental de los diseñadores durante el proceso creativo. Según un estudio llevado a cabo por la Organización Mundial de la Salud (OMS), aproximadamente 264 millones de personas en el mundo padecen de depresión y ansiedad. Por su parte, en Colombia, el 40,1 % de la población entre 18 y 65 años ha sufrido alguna vez en la vida un trastorno psiquiátrico diagnosticado, de los cuales, el 19,5% tienen que ver con trastornos de ansiedad, 13,3% con trastornos del estado de ánimo y 9,3% con trastornos por control de impulsos (Posada, 2013).

Asimismo, los diseñadores durante su proceso creativo están expuestos a las mismas condiciones que repercuten de manera negativa en su salud mental, pues al estar constantemente buscando facilitar la vida de las demás personas, es fácil olvidarse de que también podrían estar en su lugar, siendo ellos mismos aquellos usuarios que necesitan del diseño para obtener beneficios que afecten de manera positiva a su bienestar. Es por eso que este trabajo pone su enfoque en los diseñadores; es momento de que diseñen para sí mismos teniendo como base la experiencia propia.

Para este trabajo de investigación, se propone el siguiente recorrido que permitirá alcanzar el propósito planteado: el punto de partida será la identificación de relaciones presentes entre los hábitos y las emociones más recurrentes en el proceso creativo, a través de información primaria y secundaria. A partir de la información recolectada, se procederá a seleccionar los hábitos más apropiados para mantener una óptima salud mental y consecutivamente, se propondrá una estrategia que, por medio de hábitos favorables, permita regular las emociones presentes en el proceso creativo de los diseñadores.

2. Metodología

La investigación tiene un enfoque mixto, ya que, utiliza la recolección de información a través de fuentes secundarias para dar paso a la pregunta de investigación y revelar nuevas interrogantes que serían respondidas a través de la recolección de información de fuentes primarias y su análisis estadístico, con el fin establecer relaciones existentes, acotando de manera intencional la información (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). La metodología de la investigación se divide en cuatro fases:

2.1 Definición del problema y recopilación de información

Definición de la pregunta de investigación, objetivo general, objetivos específicos y redacción de la introducción, justificación y marco teórico de la investigación. Esto se lleva a cabo por medio de fuentes de información secundarias (libros, artículos y entrevistas) en donde se tiene en cuenta conceptos relevantes como bienestar y salud mental, diseño industrial, proceso creativo, emociones y hábitos.

Para comenzar, se toma como base el concepto de salud mental, definido por la OMS como el estado de equilibrio emocional, cognitivo y conductual que permite al individuo desenvolverse de manera responsable en su entorno familiar, social y laboral, así como gozar de bienestar y calidad de vida. Concretamente, esta investigación se enfoca en cómo afectan las emociones en el proceso creativo de los diseñadores. Para este último concepto, se parte del proceso planteado por el psicólogo inglés Graham Wallas en su libro *El arte del pensamiento* (1926).

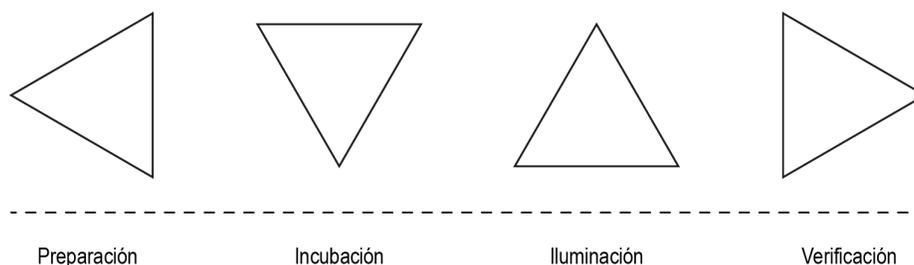


Figura 1. Proceso creativo descrito por Graham Wallas. (Elaboración propia).

Según el psicólogo Graham Wallas, el proceso creativo consta de cuatro fases: Preparación, Incubación, Iluminación y Verificación.

Es por esto que, el proceso creativo es también un proceso emocional (Masferrer, 2019); la incertidumbre que trae consigo al no saber qué es lo que va o no va a resultar hace que el diseñador esté a la expectativa ante cualquier situación.

Es necesario resaltar que las emociones en medio del proceso no se clasifican en positivas o negativas, sino en agradables y desagradables, pues cada una de ellas cumple una función (adaptativa, social o motivacional) que lleva a la persona a tomar una decisión determinada (Chóliz, 2005).

Sin embargo, el grado de intensidad con el que se experimenta la emoción sí determina qué tan positiva o negativa es, siendo las intensidades bajas y altas traducidas a negativas, y la intensidad media traducida a positiva.

Tabla 1. Emociones recurrentes que afectan el proceso creativo. (Elaboración propia)
Emociones agradables y desagradables encontradas en fuentes de información primaria.

Emociones recurrentes que afectan al proceso creativo	
Agradables	Desagradables
Pasión	Frustración
Placer	Miedo
Esperanza	Desilusión
Confianza	Vergüenza
Disfrute	Ansiedad
Optimismo	Desmotivación

Finalmente, se toma en cuenta el concepto de hábitos descrito por James Clear en su libro *Hábitos Atómicos* (2019), quien los define como pequeñas acciones que se repiten todos los días de manera casi automática y pueden impactar la vida de una manera definitiva.

Paralelamente, se hace una búsqueda en fuentes de información secundarias para identificar cuáles son los hábitos más frecuentes que adoptan los diseñadores en su proceso creativo y se clasifican en positivos y negativos dependiendo de las consecuencias que cada uno de ellos genera ligadas a la salud mental.

Tabla 2. Hábitos recurrentes que afectan al proceso creativo. (Elaboración propia)
Hábitos positivos y negativos encontrados en fuentes de información primaria.

Hábitos recurrentes que afectan al proceso creativo	
Positivos	Negativos
Balanceo mi vida personal y mi vida laboral.	Se me dificulta establecer límites entre la vida laboral y la vida personal.
Tengo planeada la duración de cada tarea e intento adherirme al plan.	Pierdo la noción del tiempo, y a veces me salto tiempos de descanso y alimentación.
Entiendo que es un proceso y que iré aprendiendo en el camino.	Siento que no soy lo suficientemente bueno.
No me comparo con otros colegas, todos tenemos nuestro sello personal.	Me comparo con otros colegas, me gustaría que mi trabajo fuera tan bueno como el de ellos.
Me actualizo constantemente con las últimas tendencias.	Estoy muy cómodo con lo que hago, no me interesa indagar sobre lo que están haciendo los demás.
Me alimento con comida saludable y en horarios establecidos.	Consumo bebidas energéticas y/o exceso de cafeína durante mi jornada laboral.
Le doy importancia a mis horas de sueño, intentando que sean aproximadamente 8 horas.	Tengo mala calidad de sueño.
Claramente separo mi identidad de mi profesión, entendiendo que no soy las críticas que mi trabajo recibe.	Me afectan mucho las críticas que recibo por mi trabajo.
Hago pausas activas con regularidad.	Estoy en frente de un monitor por tiempos prolongados sin hacer descansos entre horas.
Priorizo tareas por hacer.	No tengo un orden establecido respecto a mis tareas. Hago lo que me fluya en el momento.
Sustituyo pensamientos negativos por frases retadoras como: “¿Será que sí puedo hacer esto?” por “¿Cómo puedo hacer esto?”	Generalmente tengo pensamientos negativos sobre cómo será el proceso de diseño.
Tengo un espacio de trabajo inspirador, que me hace sentir bien.	Tengo muchos utensilios de trabajo, por lo tanto, mi espacio de trabajo es un tanto desordenado.
Selecciono únicamente temáticas de mi agrado para trabajar.	Me apunto a cualquier trabajo que vea.
Me preocupo por mi salud mental e intento escuchar lo que dice mi cuerpo.	Lo más importante para mí es responder con el encargo. Mi salud está en segundo plano.
Me ejercito con regularidad.	Por lo general estoy muy cansado del trabajo, y ni me queda tiempo para ejercitarme.
Juzgo demasiado rápido las ideas que me surgen.	En principio, no juzgo ninguna idea. Todas tienen un potencial.

2.2 Trabajo de campo

Ejecución de cinco talleres con cinco profesionales allegados que trabajan en el sector creativo, para evaluar la información recopilada en la fase anterior, relacionar ambos conceptos y seleccionar los hábitos más apropiados para el cuidado de la salud mental. Este tipo de muestra es válida siempre y cuando la investigación así lo amerite; sin embargo, los resultados se aplican únicamente a la muestra en sí o a muestras similares en tiempo y lugar, pero no son generalizables (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014). En el anexo A se puede apreciar cada uno de los momentos establecidos en el taller, así como los objetivos claves de cada uno.

2.3 Síntesis, análisis y hallazgos

Agrupación de la información arrojada por medio de los talleres, en tablas correspondientes a los conceptos de proceso creativo, emociones y hábitos. (En el anexo B se puede apreciar la información categorizada según los conceptos mencionados). Posteriormente, se hace una interpretación de la información sintetizada.

2.4 Estrategia

Se procede a idear una estrategia que, por medio de hábitos, permita regular las emociones presentes en el proceso creativo, partiendo de los resultados hallados.

Se establece el uso de una lista de atributos como herramienta principal para identificar las características que tienen estos productos con tipologías similares al tema de estudio. En el anexo C se puede apreciar la lista de atributos seleccionados.

Luego, se comienza con la fase de ideación. Para esta se presentan propuestas, se hace una primera socialización de estas, y se presentan unas nuevas que contienen características combinadas de las propuestas anteriores. Posteriormente se combinan las propuestas en una sola y se trabaja a mayor profundidad.

3. Resultados y discusión

Una vez culmina la fase de síntesis y análisis descriptivo, se procede a identificar los hallazgos más significativos provenientes de la información recopilada y a contrastarlos con la información secundaria registrada en el marco teórico de la presente investigación. A continuación, se evidencian esos resultados.

Dentro de la información recopilada de fuentes secundarias, se identifica que los creativos sienten que su quehacer es sinónimo de su identidad. Kibben (2018) hace énfasis en que las críticas de un trabajo están dirigidas expresamente hacia el trabajo y no hacia el diseñador, y entenderlo de manera contraria significa que el diseñador está confundiendo las dimensiones del ser y del hacer.

Esto último se confirma en los talleres a través de las preguntas planteadas. Algunos de los participantes no lo expresan de manera explícita, pero sí mencionan que cuando reciben alguna crítica por su trabajo, realmente es hacia ellos; incluso, en un caso en particular, uno de los participantes afirma "Yo soy (nombre), el diseñador". Esto hace que, al momento de llevar a cabo su proceso de diseño, estos creativos sientan más presión de la que ellos mismos ponen en sus hombros porque piensan que en caso de fallar o de obtener alguna respuesta negativa, no es hacia su trabajo específicamente, sino hacia ellos.

Adicionalmente, se encuentran contrastes en algunas respuestas de los participantes. Si bien en ocasiones afirman buscar tener un orden en su espacio de trabajo debido a que su personalidad es muy estricta con el orden, también dicen que, al avanzar el día, se dan cuenta de que su escritorio no permanece tan ordenado como quieren. Este tipo de situaciones depende netamente de que el diseñador sea consciente de lo que está sucediendo, o que no lo sea y esté en "piloto automático".

Utilizando el ejemplo anterior, se puede decir que al momento en el que estos diseñadores son conscientes de lo que quieren en su proceso de diseño, buscan el orden; luego se van dejando envolver por el proceso al punto de “desconectarse de la realidad” y de manera inconsciente, desorganizan su espacio de trabajo con objetos o restos de comida; finalmente, vuelven a ser consciente de la realidad y se dan cuenta del desorden que tienen, entonces comienzan a organizarlo, y de esta manera vuelve a empezar el ciclo. Como lo menciona Csikszentmihályi (1990), en la Teoría del Flow, al tratarse de profesiones creativas, que son movidas por la pasión, es fácil perder la noción del tiempo y el espacio, especialmente si se está en una fase en la que generalmente se experimentan emociones agradables como el placer, la confianza y el optimismo.

Si bien en el proceso creativo descrito por Wallas (1926) existe una fase destinada al descanso y desconexión para dejar el proyecto en un segundo plano y que el inconsciente sea quien trabaje en este momento, en los procesos creativos más recientes no se hace explícita esta fase, siendo emplazada de acuerdo con la manera en que el proyecto vaya sucediendo, es decir, no está planificada al comienzo, sino que sucede según el estado de ánimo o los contratiempos que surjan en el camino.

Cuando se les pregunta a los participantes acerca de cómo se compone su proceso creativo, ninguno de ellos menciona el tiempo de descanso como una fase de este. Sin embargo, en medio de la conversación, todos ellos enfatizan en la importancia de este momento para “darle un respiro a la mente” y “volver con nuevas ideas”. Se evidencia pues, que el momento de desconexión hace parte del mismo trabajo, pero de manera inconsciente o implícita, lo que en ocasiones puede generar emociones contrarias por el hecho de descansar en un momento en el que no estaba planificado, al tiempo de verlo como una necesidad, tanto para su bienestar psicológico, como para el rumbo del proyecto.

Como lo menciona Masferrer (2019), es de gran ventaja que el diseñador entienda, en términos generales, cómo funciona su proceso creativo, para que, desde un comienzo, tenga presente en cuáles momentos le convendría tomar un descanso que le permita dejar el proyecto en segundo plano para dedicarse a otras actividades que le proporcionen tranquilidad. De acuerdo con las respuestas de los participantes, algunas de estas actividades son: salir a pasear con la mascota, pasar tiempo en familia o con amigos, cambiar de ambiente, tomar un baño, hacer actividad física, practicar un hobby personal o continuar con un proyecto diferente.

Con base en lo anterior, se puede ver cómo un hábito personal, que de manera amplia no hace parte del proceso creativo, influye en el mismo. En otras palabras, no sólo es necesario vigilar cómo son los hábitos del diseñador durante sus horas laborales, sino también a qué se dedica cuando no tiene la identidad de diseñador para entender cómo funciona su proceso creativo. La psicóloga Sandra López (2020), hace énfasis en que las buenas prácticas alimenticias, la cantidad de horas y calidad del sueño, así como el ejercicio y lectura constante, hacen que el profesional se sienta más pleno en su lugar de trabajo, así estas actividades no estén directamente relacionadas.

Por otro lado, el factor “infancia”, es mencionado de manera explícita por los participantes, como algo que influencia su manera de llevar a cabo el proceso creativo. Y es que, a este le atribuyen el hecho de juzgar sus ideas de manera repetitiva, al tener su origen en una familia tradicionalista. Así como también, lo relacionan con bloqueos creativos debido a rechazo recibido o excesiva libertad por parte de sus padres. Es tanta la relación de la infancia con el proceso creativo, que, en muchas ocasiones, de ahí proviene la necesidad que tienen estos diseñadores de recibir aprobación y retroalimentación positiva por parte de clientes o colegas. Incluso en ocasiones, para reemplazar

una emoción desagradable como el miedo, los participantes admiten que solo requieren de una crítica positiva para sentirse mejor.

Llevando a cabo el proceso creativo de esta manera, es decir, dependiendo de otros para poder sentir tranquilidad, se puede convertir en algo muy incierto y constantemente cambiante (Masferrer, 2019). Por momentos, con elogios, pueden aumentar las emociones agradables; pero de manera repentina, con críticas, se sobreponen las desagradables; afectando el estado emocional del diseñador y de esta manera, su salud mental. Aquí radica la importancia de entender que algunas de las “malas prácticas” que se adoptan en el proceso de diseño, van más allá de ser solo prácticas, y pueden estar muy ligadas a su identidad, debido a la crianza que tuvieron. Es por eso, que se vuelve indispensable, que el diseñador se fortalezca de manera personal, adquiriendo autoconocimiento y teniendo confianza en él, por encima de actores externos. Para que, de esta manera, tome responsabilidad escogiendo cómo sentirse, y teniendo el control de hasta qué punto se deja afectar (positiva o negativamente) por las críticas o elogios que recibe.

Cabe aclarar que la incertidumbre está presente en todo proceso creativo (Wallas, 1926), por lo que no basta con planificar cada una de las etapas. Se hace necesario encontrar un punto medio entre estructuración y flexibilidad que le permita al diseñador surfear cada una de las olas sin comprometer drásticamente su equilibrio emocional. Ahora bien, se hace evidente que el factor incertidumbre disminuye a medida que los diseñadores participantes tienen más experiencia, pues pueden prever con mayor facilidad ciertos factores que influyen en el rumbo del proyecto, como el tiempo o posibles resultados de acciones realizadas.

Siguiendo la teoría del autoconocimiento que expone Lazos (2018), es necesario que el diseñador se explore a sí mismo para entender qué es lo que le funciona para llevar su proceso creativo de forma amena. Cuando los participantes adoptan de manera automática un proceso creativo existente, ya sea el enseñado en la academia o el proceso practicado en el trabajo (en caso de trabajar en una empresa), sin cuestionar el porqué de cada fase, el cómo, la duración, la practicidad, entre otros, se sienten ansiosos o desmotivados. Mientras que, cuando toman el control de su proceso, saben cuáles son sus aptitudes y cómo reaccionar frente a ciertos estímulos. En definitiva, se conocen a sí mismos, y la confianza será la emoción que predomine en el camino.

De manera consecuente con lo descrito por Chóliz (2005) acerca de que las intensidades exageradas de emociones tanto agradables como desagradables traen consecuencias negativas, se puede observar que los participantes perciben esto mismo cuando afirman que “experimentar los extremos de las emociones no es algo bueno, así sean emociones positivas [agradables]”. Por un lado, el extremo de emociones desagradables puede ser un estimulador de bloqueos creativos, y por otro lado, el extremo de emociones agradables puede llevar a generar muchas expectativas por el proyecto a desarrollar, que en caso de no alcanzarse, concluyen en un extremo de emociones desagradables. Es por esto que, se hace determinante, que el diseñador pueda buscar un equilibrio en sus emociones, debido a que la baja estabilidad emocional tiende a generar emociones desagradables con mayor facilidad.

También, es necesario hacer alusión a la reacción que los participantes tienen al momento de sentir emociones desagradables, pues la mayoría de ellos tienden a ignorarlas de manera consciente o inconsciente, en vez de trabajar en ellas. Lo negativo de este comportamiento es que ignorar las emociones desagradables puede llevar a que aumenten su intensidad, frecuencia o duración; e incluso se pueden generar como hábitos la adopción de estrategias de evitación (Súnico, citado en Loring, 2018), como la alimentación emocional, el consumo de alcohol, fumar, entre otras prácticas

poco saludables. Así como también, ignorarlas puede llevar a que el diseñador se vuelva más agresivo (Vohs, Glass, Maddox, & Markman, 2010). Por estas razones, parar el proceso de diseño por un momento, para entender y procesar las emociones que se están experimentando es la opción más saludable.

Es importante agregar que, según los participantes, cuando no optan por ignorar sus emociones desagradables, las usan para su propio bien y obtienen buenos resultados, lo que va en correspondencia a lo expuesto por Chóliz (2005). Esto se asocia completamente al factor “productividad”, ya que, desde la perspectiva de ellos, las emociones desagradables tienen beneficios, que les ayudan a tener un mejor enfoque, concretar con mayor facilidad y ser más eficientes. Resulta sorprendente este hallazgo, debido a que aparentemente en estos momentos, estos diseñadores optan por poner su productividad y resultados por encima de su bienestar emocional.

En cuanto al porqué de los hábitos adoptados, se puede evidenciar en los participantes que no siempre los hábitos positivos son llevados a cabo con la presencia de emociones agradables. En este caso, ¿qué tan positivo para la salud es ese hábito?, ¿se vuelve un hábito negativo por el hecho de generar emociones desagradables?, ¿es necesario eliminar el hábito porque no funciona con el estilo de vida de la persona o es necesario transformar la emoción para mantener el hábito?, son algunas de las preguntas resultantes de los talleres realizados. En las conversaciones se puede notar que la motivación de esos hábitos viene desde el miedo de fallar en una fase posterior a la actual, así que prefieren anticiparse. En ese sentido, se considera que el hábito es positivo, sin embargo, cambiar de perspectiva para transformar el miedo por precaución o prudencia haría más amena la etapa.

En un comienzo, se plantea la hipótesis de que, en el proceso creativo, los hábitos son los generadores de las emociones, como lo menciona Buck (1984) en las emociones de tipo biológico. Sin embargo, es notorio que, en algunos casos, las emociones son las detonantes de los hábitos, y a su vez, estos transforman la emoción inicial. Por ejemplo, un participante afirma que siempre se siente ansioso en el momento previo a la ideación porque “no fluye en esa etapa”. Como respuesta, siempre cambia de ambiente al momento de idear, de esta manera siente que las ideas vienen con mayor facilidad, y por consecuencia, disfruta el momento.

Es así como emociones y hábitos forman un ciclo en el que se complementan, pero ¿cuál es de primer detonante? En este punto, como se menciona en los primeros párrafos de esta sección, la infancia juega un papel importante, pues ese primer círculo social condiciona la propiocepción de la persona y la hace adoptar ciertos comportamientos que en la vida adulta se vuelven inconscientes. En este caso, las emociones generadas son de tipo cognitivo, ya que surgen a partir del recuerdo de viejos patrones (Buck, 1984).

En cuanto a los hábitos negativos que están relacionados con emociones desagradables, se encuentra que los participantes han trabajado en quebrantarlos, no obstante, se mantienen presentes porque no hay un plan de acción establecido que dicte cómo reemplazarlos poco a poco, como lo recomienda Clear (2019). Mientras que en los hábitos negativos que están relacionados con emociones agradables, se encuentra que los participantes no se esfuerzan por cambiarlos porque se sienten a gusto llevándolos a cabo, aun sabiendo que pueden perjudicar su salud a largo plazo.

Cuando se les pregunta el porqué de trabajar largas jornadas sin descanso o sobre el desbalance entre la vida personal y profesional, una respuesta común es el “masoquismo”. El disfrute por la

profesión puede desembocar una adicción, que aleja a los creativos de otros contextos diferentes a los del trabajo. En gran medida, el diseño se vuelve un juego o un reto que la persona quiere superar, y se enmascara bajo la apariencia de responsabilidad, dedicación y desinterés general por cualquier otra actividad (Garrido, 2014).

Cuando la pasión o hobby de una persona es su trabajo, se corre el riesgo de que esta no sepa cuándo parar, porque no existe una división clara entre sus gustos personales y su vida profesional. En otras palabras, el quehacer se vuelve la identidad, y renunciar a esta significa dejar atrás una parte de sí por lo que la sociedad la reconoce y por lo que ella misma se siente orgullosa.

4. Estrategia

La propuesta de diseño, El placer de crear, consiste en un set de 58 cartas, que, por medio de hábitos, permite regular las emociones presentes en el proceso creativo. Las cartas del producto se dividen en una portada, guía y tres categorías: emociones, hábitos y autoconocimiento. Es importante resaltar que el nombre de la propuesta tiene un error gramatical de manera intencional, haciendo referencia a la importancia del “ser” en las emociones y los hábitos presentes en el proceso creativo. En el anexo D se pueden apreciar cada una de las cartas.

Las cartas de emociones se dividen en dos subcategorías con seis cartas cada una: emociones agradables y emociones desagradables. El objetivo de estas es invitar al usuario a cuestionar cómo se está sintiendo en el presente y el porqué. En cada una se hace una explicación de la emoción por medio de un gráfico representativo y una analogía, por ejemplo, “Optimismo es buscar flores en medio de un jardín lleno de maleza”.



Figura 2. El placer de crear: Cartas de Emociones agradables y desagradables. (Elaboración propia)

Las cartas de hábitos se dividen en cuatro subcategorías con cinco cartas cada una: hábitos para subir el ánimo, hábitos para la organización, hábitos para enfrentar la incertidumbre, y hábitos para aumentar la confianza.

Estas subcategorías fueron resultantes de los hallazgos encontrados a partir de los talleres realizados. El objetivo de estas es guiar al usuario en la adopción de hábitos favorables; cada una contiene un hábito específico y la manera de llevarlo a cabo.



Figura 3. El placer de crear: Cartas de Hábitos para subir el ánimo, hábitos de organización, hábitos para enfrentar la incertidumbre y para aumentar la confianza. (Elaboración propia)

Las cartas de autoconocimiento se dividen en cuatro subcategorías con cinco cartas cada una: autoconocimiento basado en fortalezas propias, autoconocimiento basado en debilidades propias, autoconocimiento basado en el contexto, y autoconocimiento basado en el futuro.

Estas categorías son el resultado de los hallazgos encontrados a partir de los talleres realizados, y obedecen a las dimensiones intrínsecas y extrínsecas de la persona, es decir, de lo que puede controlar y lo que no. El objetivo de estas es cuestionar al usuario para que pueda conocerse mejor a sí mismo. Cada una contiene una pregunta principal que invita a la reflexión y una explicación.

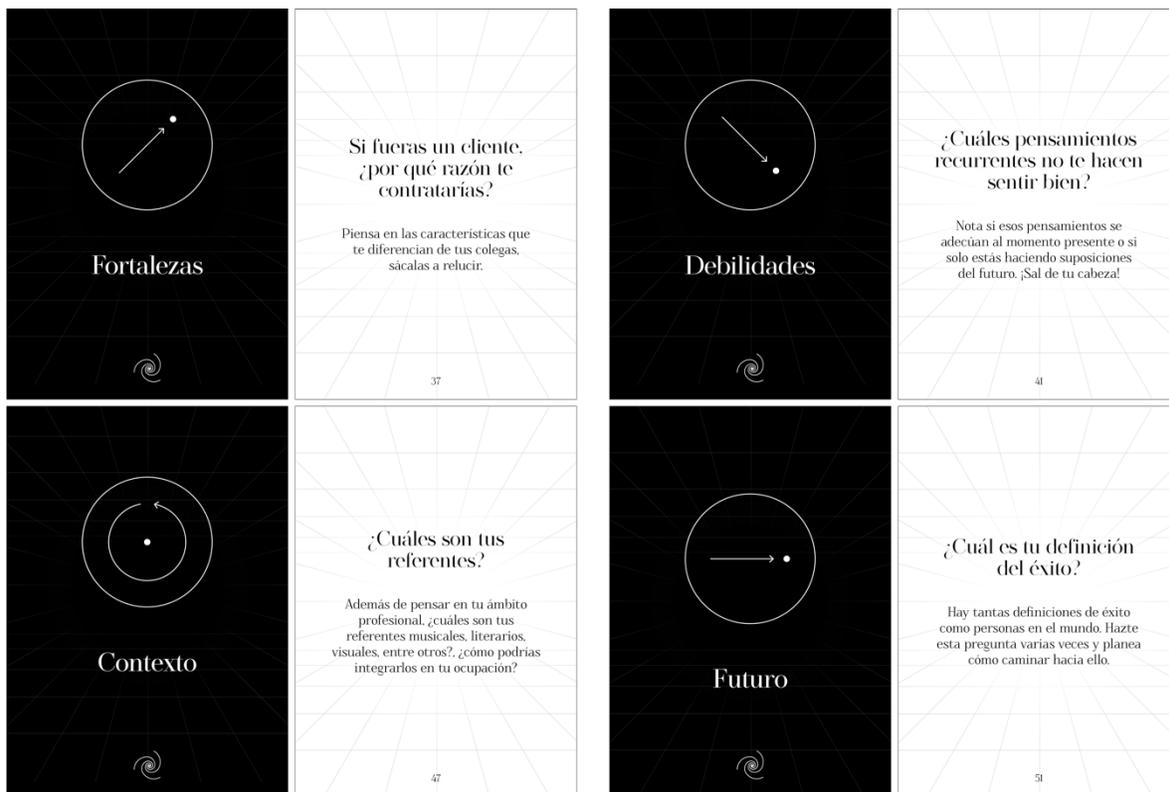


Figura 4. El placer de crear: Cartas de Autoconocimiento basadas en fortalezas, debilidades, contexto y futuro.
(Elaboración propia)

Esta estrategia no tiene un orden establecido, pues es lo suficientemente flexible como para que el diseñador use la(s) categoría(s) que más necesita en determinado momento, asimismo, puede ser utilizada en cualquier etapa del proceso creativo.

Como se explicó al inicio de este capítulo, este mazo de cartas busca facilitar la regulación de emociones por medio de la generación hábitos favorables, y aunque contiene una categoría que está enfocada específicamente en ellos, el uso constante del mazo es en sí mismo un nuevo hábito que invita a tomar un descanso en medio del proceso y que propicia la reflexión y el autoconocimiento.

5. Conclusiones

Para cumplir con el objetivo general de la presente investigación (fomentar hábitos favorables para la salud mental de los diseñadores durante el proceso creativo) se hace una búsqueda de información primaria y secundaria que permite cumplir con los objetivos específicos. A continuación, se presentan las conclusiones más significativas de la investigación realizada.

Se evidencia que, en cuanto a las emociones más frecuentes dentro del proceso creativo, se encuentran la ansiedad, el disfrute, el optimismo, el placer y la confianza; siendo estas en su mayoría agradables. Por otro lado, en el contexto de hábitos, los más comunes incluyen “me preocupo por

mi salud mental e intento escuchar lo que dice mi cuerpo”, “tengo un espacio de trabajo inspirador que me hace sentir bien”, “me conozco a mí mismo, sé lo que me gusta y lo que no, en lo que soy bueno y en lo que no” y “priorizo tareas por hacer”, siendo en su mayoría positivos; aunque dentro de los recurrentes también se presentan algunos negativos como “pierdo la noción del tiempo y a veces me salto tiempos de descanso y alimentación”, y “siento que no soy lo suficientemente bueno”. Si bien la mayoría de los hábitos y emociones dentro del proceso creativo son positivos y agradables respectivamente, en algunas etapas específicas del proyecto se pueden encontrar con emociones desagradables de manera constante, siendo esto poco saludable para el bienestar de los creativos.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, es valioso mencionar que en el proceso creativo no sólo son las emociones promotoras de nuevos hábitos, sino que también, este nuevo hábito puede generar nuevas emociones. Adicionalmente, es importante mencionar que, en su mayoría, son las emociones desagradables quienes influyen en la generación de hábitos, en su mayoría también, positivos. También, es importante destacar, que los diseñadores participantes de este trabajo investigativo reconocen que las emociones desagradables pueden tener ventajas para ellos en su proceso creativo, impulsándolos a terminar a tiempo y trabajar de manera más eficiente; siendo esto visto como mayor productividad por parte de ellos. Por otro lado, debido a que el factor “infancia” es determinante en el comportamiento de los diseñadores participantes, se reconoce que, si bien la generación de hábitos saludables puede contribuir en la regulación de las emociones, y viceversa; en casos puntuales como los que se mencionan en este trabajo de investigación acerca de la infancia, es necesario el uso de estrategias con un enfoque psicológico o la intervención de un especialista.

Para llevar a cabo la selección de hábitos más favorables para la salud mental de los diseñadores, se definen categorías para tipificar los hábitos seleccionados: hábitos para subir el ánimo (hablar con personas desconocidas, escuchar música y cantar, practicar la auto-compasión, recordar logros, y enfrentar miedos), hábitos para la organización (establecer objetivos, límites y prioridades, tomar descansos, y saber decir “no”), hábitos para enfrentar la incertidumbre (pedir ayuda, practicar la respiración, poner el enfoque en lo que se puede controlar y en el presente), y hábitos para aumentar la confianza (fortalecer habilidades, hacer actividades de disfrute, separar profesión de identidad, intentar nuevas cosas, y pensar en la intención detrás que lo que se hace). Estas categorías se generan con base en la depuración de resultados obtenidos e información de fuentes secundarias. Por otro lado, los diseñadores participantes no definen el descanso como una etapa del proceso, sino como una interrupción no planeada en caso de que emociones desagradables surjan; sin embargo, es importante para este trabajo de investigación mencionar que el hecho de cambiar el enfoque de lo que se está sintiendo, no es “hacer algo” al respecto, sino evadirlo, y puede llevar a aumentar los impactos negativos en la vida del diseñador. Esto ratifica la importancia de tener descansos intencionados que permitan vivir el proceso de una manera más amena. Adicionalmente, se encuentra que cuando la pasión o hobby de una persona es su trabajo, se corre el riesgo de que esta no sepa cuándo parar, porque no existe una división clara entre sus gustos personales y su vida profesional; en este caso, trabajar por largas jornadas sin tomar tiempos de descanso es muy recurrente, y la persona no toma acción para disminuir este hábito negativo porque lo considera como positivo al estar haciendo lo que le gusta. Es por esta razón que el hábito de tomar descansos, incluido en la categoría de organización, se toma como un hábito fundamental, que sirve de base o primer paso para llevar a cabo los demás hábitos favorables, basados en las categorías mencionadas al principio.

Finalmente, para desarrollar una estrategia que permita fomentar hábitos favorables para la salud mental del diseñador, primero es necesario guiar al diseñador para que identifique cuáles son las emociones que está sintiendo en determinado momento del proceso y el porqué de ellas, de esta manera podrá tomar acción para potenciarlas o disminuirlas y así sacar provecho de ellas, independientemente de si son agradables o desagradables. Asimismo, es importante promover el autoconocimiento para identificar patrones, fortalezas, debilidades y otras características que influyen en su proceso, con el fin de mejorar en posteriores ocasiones.

Referencias

- Clear, J. (2019). Hábitos Atómicos. Paidós.
- Csikszentmihalyi, M. (1998). Creatividad. El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención. Barcelona: Paidós.
- Díez, D. (05 de 08 de 2012). Cómo gestionar las Emociones . Obtenido de Fundación Neuronilla : https://www.neuronilla.com/wp-content/uploads/2012/09/Emociones_Creatividad_Innovacion_-_Neuronilla.pdf
- Divulgación Dinámica. (8 de septiembre de 2017). Las Emociones: Concepto y Funciones. Obtenido de Divulgación Dinámica: <https://www.divulgaciondinamica.es/blog/emociones-concepto-funciones/>
- Garrido, M. (2014). Adicción al trabajo: características, detección y prevención desde una perspectiva integral. Scielo. Enfermería Global, Vol13 no.33.
- González, M. (s.f.). Metodología del diseño. Obtenido de guao.org: <https://www.guao.org/sites/default/files/biblioteca/Metodologia%20del%20Dise%C3%B1o.pdf>
- Gosling, E. (2017). We Need to Talk About How We Talk About Creativity and Mental Health. Obtenido de Eye on Design: <https://eyeondesign.aiga.org/we-need-to-talk-about-how-we-talk-about-creativity-and-mental-health/>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la Investigación. México D.F: McGraw-Hill.
- InkbotDesign. (2017). 10 Habits of Highly Successful Designers. Obtenido de Inkbot Design: <https://inkbotdesign.medium.com/10-habits-of-highly-successful-designers-b16cccfe1497>
- Joce, V. (2018). La música como medicina para la salud mental de los creativos. Obtenido de gráfica.: <https://grafica.info/musica-medicina-salud-mental/>
- Lazos, E. (2008). Autoconocimiento: Una idea tensa. Revista de filosofía DIÁNOIA, 169-188.
- Lewis, M., Wang, Q., & Kibben, R. (2017). Meg Lewis, Qieer Wang, and Roxanne Kibben On The Messy Nature of Design + Mental Health. (EyeOnDesign, Participant)
- López, S. (2020). La importancia de dormir para cuidar la salud mental. Obtenido de EsMental: <https://www.esmental.com/la-importancia-de-dormir-para-cuidar-la-salud-mental/>
- Lubart, T. (2016). CREATIVITY AND CONVERGENT THINKING: REFLECTIONS, CONNECTIONS AND PRACTICAL CONSIDERATIONS. Journal of Psychology and Pedagogics, 7-15.
- Masferrer, A. (2019). Diseño de procesos creativos. Madrid: Gustavo Gili.
- Maya, J. H. (2007). La creatividad: cómo funciona. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
- OMS. (s.f.). Salud mental. Obtenido de OMS: https://www.who.int/topics/mental_health/es/
- Posada, J. (2013). La salud mental en Colombia. Revista Biomédica, 33(4). Obtenido de Revista Biomédica.
- Prada Molina, M. S. (2011). ESTUDIO COMPARATIVO DE LAS RESPUESTAS DEL USUARIO PROVENIENTES DE LA EVALUACION PERCEPTIVA UNIMODAL Y MULTIMODAL. INTEGRACIÓN DEL ANÁLISIS SENSORIAL EN EL PROCESO DE DISEÑO DE PRODUCTOS. Doctorado en proyectos de ingeniería e innovación (Departamento de proyectos de ingeniería), 45-46.

RAE. (s.f.). Bienestar. Obtenido de Real Academia Española: <https://dle.rae.es/bienestar>

Revista UNAM. (s.f.). La evaluación de la creatividad. Obtenido de Revista UNAM:
<http://www.revista.unam.mx/vol.10/num12/art84/int84/int84a.htm>

Rodríguez, G. (2013). BISOCIACIONES CREATIVAS, SINÉCTICA Y PENSAMIENTO DIVERGENTE. (U. P. Bolivariana, Ed.) Revista Q, 08(15).

Viosca, J. (2018). Mentas prodigiosas. España: Bonalletra Alcm pas S. L.

WORLD DESIGN ORGANIZATION. (2015). Definition of Industrial Design. Obtenido de WORLD DESIGN ORGANIZATION: <https://wdo.org/about/definition/>