

Concepciones diversificadas del pensamiento creativo en la formación del diseño gráfico desde la perspectiva interdisciplinaria

Edna Yanina López Cruz⁽¹⁾, Edgar Oswaldo
González Bello⁽²⁾ y Arodi Morales Holguín⁽³⁾

Resumen: La formación profesional del diseño se ha basado en métodos y estrategias de los docentes para impulsar las habilidades de los estudiantes; sin embargo, se ha considerado la creatividad como el único componente clave para esta área. Ante un contexto cambiante y las demandas de la sociedad actual, habilidades como el pensamiento creativo toman valor gracias a sus características de fluidez, originalidad, flexibilidad y elaboración, las cuales permiten incorporar la interdisciplina en el diseño. El objetivo del presente texto es identificar acerca de las concepciones diversificadas del pensamiento creativo, considerando la interdisciplina. De esta forma, se han identificado concepciones acordes a la disciplina donde se aplica, los conocimientos del docente, las asignaturas o la relevancia que se le otorga, situación que ha derivado en múltiples formas de fomentarlo, sin un enfoque claro en el diseño.

Palabras clave: Interdisciplina - Pensamiento creativo - Educación superior - Diseño Gráfico

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 121]

⁽¹⁾ **Edna Yanina López Cruz.** Maestra en Innovación Educativa con enfoque en teoría curricular y enseñanza del diseño por la Universidad de Sonora, con licenciatura en Diseño Gráfico. Profesora Universitaria en el área de diseño y comunicación. Cuenta con experiencia profesional en el ámbito publicitario y editorial. ORCID: 0000-0002-7263-1624

⁽²⁾ **Edgar Oswaldo González Bello.** Doctor en Ciencias Sociales y Maestro en Innovación Educativa. Es profesor/investigador de Tiempo Completo adscrito al Departamento de Departamento de Psicología y Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora de la Universidad de Sonora (México). Es coordinador del programa de Licenciatura en Educación; es miembro del núcleo académico básico del posgrado en Innovación Educativa (PNPC-Conacyt). Es Miembro del Sistema Nacional de Investigadores del CONACYT, Nivel I. Perfil deseable de PRODEP de la SEP. Se desempeña en las líneas de generación y aplicación del conocimiento: condiciones, programas y políticas institucionales en el cambio educativo; y procesos y componentes de la innovación educativa. Correo electrónico: edgar.gonzalez@unison.mx ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6297-2516>

⁽³⁾ **Arodi Morales Holguín** Doctor en Arquitectura, Diseño y Urbanismo por la Universidad Autónoma del Estado de Morelos. Maestro en Administración por la Universidad de Sonora; Master en Publicidad y Marketing y Licenciado en Diseño Gráfico. Es Profesor/investigador de Tiempo Completo adscrito al Departamento de Arquitectura y Diseño de la Universidad de Sonora (México). Es Miembro del Sistema Nacional de Investigadores del CONACYT, Nivel I. Perfil deseable de PRODEP de la SEP. Es editor de la revista de investigación Madgu de la Universidad de Sonora. Se desempeña en las líneas de generación y aplicación del conocimiento: estudios sobre diseño. Correo: redeshmo@gmail.com; arodi.morales@unison.mx ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9241-032X>

Introducción: acercamiento a la interdisciplina en la formación del diseño gráfico

Buscar una mejora en la formación del diseño gráfico comienza identificando en el currículo de la disciplina aspectos faltantes o requerimientos desde la perspectiva institucional, desde los procesos de enseñanza y aprendizaje, así como formas para favorecer las competencias y habilidades demandadas en el entorno laboral. La labor del diseñador ha cambiado constantemente según los puntos de vista o enfoques teóricos al que vaya dirigido, al grado de considerarse como una interdisciplina (Rodríguez, 2013). Desde este enfoque, es posible exponerlo como la unión entre diversas áreas del conocimiento que posibilitan expandir las estrategias o habilidades a fin de resolver problemas relacionados con el diseño (García, 2019), considerando métodos, los cambios en la tecnología y las formas de compaginar los saberes de áreas externas. De esta forma se ha intentado abordar la interdisciplina desde el currículo de diseño incorporando asignaturas derivadas de la arquitectura, la mercadotecnia, las artes o comunicación, al suponer que estas son necesarias para fomentar las habilidades del estudiante. Se destaca al pensamiento creativo como una habilidad relevante gracias a sus características de originalidad, fluidez, elaboración y flexibilidad (Guilford, 1967), las cuales posibilitan formular ideas y adecuarlas a distintos entornos de ser necesario. Al desarrollarse en un medio influenciado por múltiples áreas y relacionarse con estas, el diseño demanda establecer un enfoque interdisciplinario donde habilidades como el pensamiento creativo conlleven mejores oportunidades para el profesional, como una rápida capacidad de resolución de problemas, y adaptabilidad ante las circunstancias cambiantes.

Dirigido a la formación del diseño, docentes y estudiantes se han involucrado en proyectos que exigen un cambio metodológico, y estratégico, trabajando de manera interdisciplinar en las distintas etapas del diseño, por lo que han utilizado métodos flexibles y enfocados en trabajar con el usuario (Moreno, 2017). Ante el requerimiento de esta postura, las migraciones de ideas en las distintas disciplinas han orientado, en ciertos casos, a formular posturas, estrategias o teorías a fin de mejorar un área cuando las soluciones se encuentran fuera de la disciplina (Morin, 2010).

Por esta razón, existe cierta preocupación en la educación superior del diseño sobre el desarrollo de habilidades demandadas para el trabajo colaborativo. Así, se ha recurrido a

distintas estrategias, protocolos o simulaciones que permitan generar ideas y conocimientos que se adecúen a las distintas disciplinas (Contreras *et al.*, 2014). En el caso del diseño gráfico, por ejemplo, se han adecuado programas relacionados con otras disciplinas con la finalidad de preparar al estudiante en el fomento de sus habilidades en cualquier entorno; sin embargo, el problema recae al considerar a la creatividad como la única habilidad relevante en la formación profesional. De esta forma, se han limitado las opciones o estrategias en la formulación de ideas, pues se requiere de distintas habilidades (como el pensamiento creativo) para proponer una mejora que orienten a formar profesionales competentes, considerando las técnicas artísticas o los avances tecnológicos.

La colaboración entre diversas áreas del conocimiento tiene cierto efecto sobre el pensamiento creativo ya que permite impulsar la factibilidad y viabilidad en la creación de productos gráficos, donde la búsqueda en otras disciplinas amplía las opciones de incorporación de nuevos elementos que eviten la rigidez del área (Moirano *et al.*, 2020). El objetivo del presente texto es identificar distintas concepciones del pensamiento creativo, considerando la interdisciplina.

Diversas concepciones del pensamiento creativo al contemplar la interdisciplina

En referencia al pensamiento creativo, autores como Guilford (1967) y Torrance (1990) lo conceptualizan como una habilidad asociada a la solución de problemas y, desde la teoría de la estructura del intelecto, señalan distintas características que lo conforman destacándose la fluidez, originalidad, flexibilidad y elaboración, las cuales se ven influenciadas por el contexto donde el profesional se desenvuelve. Desde una perspectiva teórica, las cualidades más relevantes de esta habilidad se dividen en dos categorías: la primera se enfoca en la producción divergente referida a la construcción de diversas alternativas para solventar una situación; la segunda, a diferencia, es la transformación de los hechos ya experimentados a fin de producir nuevas soluciones al problema, la cual es ideal en la creación de proyectos en disciplinas ajenas al diseño. Esta se relaciona con la primera al permitir modificaciones en el proceso, las técnicas o en las formas de utilizar la información recabada.

De acuerdo con Mednick (1962) el pensamiento creativo también se caracteriza por dar como resultados nuevas combinaciones de ideas, las cuales resultarán más útiles entre más alejadas estén de los elementos asociados. De esta forma, se orienta al diseñador a crear nuevas composiciones en el proceso de diseño, así como a asociar referentes externos con las ideas propias que ayuden a generar un producto original. La disciplina del diseño se ha fundamentado en la constante evolución derivada de los cambios en la tecnología, la cultura y el consumo de los mensajes visuales o productos gráficos que se dirigen a distintas áreas o consumidores, por lo cual toma relevancia seguir una postura de interdisciplina (Morales y González, 2021) desde el proceso de formación.

Asociado al diseño, el requerimiento por desarrollar productos originales comienza desde la enseñanza. Como señalan Mazzeo y Romano (2007), este acto precisa de ser presentado a los estudiantes en distintas etapas para que comiencen la formulación de ideas; a su

vez, han de encontrarse métodos que impulsen el pensamiento creativo y que orienten al estudiante a usar las distintas herramientas tecnológicas de las que dispongan sin crear dependencia hacia estas o a la información que encuentre en Internet.

El impulso del pensamiento creativo se ha basado, en cierta forma, en la colaboración entre pares, la retroalimentación continua, y la evolución de los proyectos, pues la reflexión en el contexto del diseño es un componente clave para mejorar las ideas. Esta habilidad, por lo tanto, también representa una forma de comunicar las propuestas y adecuarlas a un entorno, donde la interdisciplina representa un aporte a la formación del profesional (Elkilany & Yousef, 2021).

Sin embargo, se han presentado ciertos retos para la interdisciplina en el diseño. Como explica Meron (2022), los docentes disciplinares, y externos, además de los estudiantes, se han resistido a la implementación de cambios o a trabajar en equipos, mostrando una actitud desinteresada, además de ser poco capaces de colaborar con otros.

Características del pensamiento creativo

La habilidad de pensamiento creativo se ha regido por características enfocadas en la capacidad de crear, en este caso de los diseñadores, y varían dependiendo del autor, de la disciplina o de la forma de enseñarlo (ver Tabla 1). Estas diversas orientaciones pueden dirigir a fomentar la interdisciplina en el diseño, pues formular cierta cantidad de ideas utilizando elementos de áreas externas a la disciplina e intentar adaptarlas a las exigencias de distintos consumidores pueden estimular las habilidades del estudiante y, en el caso de los docentes, invitarlos a encontrar formas de favorecer la enseñanza del diseño.

Tabla 1. Definición de pensamiento creativo según autores

Pensamiento creativo	Particularidades	Características
Habilidad para crear nuevas formulaciones de ideas o conceptos para la resolución de problemas mediante herramientas del pensamiento.	Es posible adquirir esta habilidad mediante la enseñanza.	Originalidad: Base para crear algo único mediante un pensamiento independiente, aporta la singularidad y el estilo personal.
Habilidad que desarrolla nuevos enfoques de pensamiento y lo ajusta a las necesidades de la situación.	El docente actúa como el principal transmisor de ideas mediante estrategias o métodos para el impulso del pensamiento creativo.	Flexibilidad: Adaptación de pensamiento a las distintas situaciones. Fluidez: Facilidad para generar un número elevado de ideas respecto a un tema determinado. Elaboración: Desarrollar y perfeccionar una idea original alcanzando niveles de complejidad y detalle.

Fuente: Mednick (1962); Guilford (1967); Torrance (1990); De Bono (2004). Elaboración propia

Comenzando por la fluidez, esta se refiere a la producción de múltiples ideas o alternativas ante un problema pues se ha demostrado que, entre más se produzcan en un periodo de tiempo, mayores probabilidades hay de encontrar una solución (Valqui, 2009). Aunado a esto, Zaldívar y Pérez (2006) exponen a la fluidez como una capacidad que permite emplear recursos cognitivos en el desarrollo y control de la producción de ideas, con la finalidad de dirigir un proceso ordenado hasta la obtención de resultados.

En el caso de la originalidad, se ha descrito como la capacidad de dar respuestas inesperadas (pero acordes al problema). Sin embargo, el término no se limita a hacer algo inédito, sino a crear un producto propio que conserve la esencia de la idea y que sea auténtico para el propósito deseado (Rodríguez, 2013). Ante la constante influencia de los medios, de la cultura, o de los referentes encontrados en Internet, la originalidad se encuentra comprometida; es posible plantear una idea nueva incluso si ésta se origina desde algo ya existente, pues implica redescubrir y adaptar las soluciones a las diversas necesidades del proyecto (Obradors, 2007).

En el ámbito del diseño, específicamente, la fluidez y la originalidad permiten al profesional presentar múltiples propuestas acordes al proyecto que está realizando y recurriendo a referentes para implementar cambios a lo existente. Las ideas no se fundamentan en la creencia del “crear” como un acto en un determinado tiempo, sino que implica un proceso continuo de búsqueda de soluciones (Esquivias, 2004) al gestionar las ideas y tomar decisiones que puedan, o no, ser favorables para las diversas áreas del conocimiento.

Por otra parte, la flexibilidad es la cualidad de emplear distintos recursos (u operaciones) a fin de enfrentar un problema y generar mediante la adaptación, o el trabajo colaborativo, numerosas alternativas para resolver un fenómeno, teniendo así la posibilidad de cambiar su pensamiento cuando la situación lo amerite (Córdova *et al.*, 1992). Esta característica del pensamiento creativo se origina al planear la resolución de un problema y el análisis del resultado ya que, dirigido a la formación profesional, el docente da la oportunidad de alternar las ideas analizando otras soluciones (Zaldívar *et al.*, 1998).

Orientado a interdisciplina, la flexibilidad permite adecuar las ideas y cambiarlas si la situación lo demanda. Cuervo y Hernández (2019) señalan que esta característica es el número de categorías en las que se clasifican las ideas para hacer un proyecto de diseño, pues representa la posibilidad de tomar elementos de disciplinas externas y adecuarlas a fin de formular un producto gráfico que sea susceptible al cambio.

Asimismo, la capacidad de perfeccionar las ideas es reconocida como “elaboración” (Guilford, 1967) e implica añadir detalles, y modificar las propuestas, con el propósito de obtener mejores resultados. Desde esta perspectiva, la elaboración también podría identificarse como refinamiento debido a que, mediante crítica constructiva, es posible conseguir mejores resultados. A su vez, una actitud enfocada en sobresalir es beneficiosa para el pensamiento creativo, pues evita que los estudiantes se conformen con las primeras ideas y desarrollen un nuevo producto sin perder su esencia inicial (Hatchuel *et al.*, 2018).

La formación profesional del diseño requiere implementar asignaturas que posibiliten a los estudiantes relacionarse, tomar distintas decisiones y resolver problemas contemplando la interdisciplina (Morales y González, 2021). Esto podría fundamentarse en que, una vez, es común que los diseñadores laboren en distintos tipos de áreas (comúnmente enfocadas en la comunicación o mercadotecnia) pero también, relacionar asignaturas, sería ideal para solucionar problemas distintos a los del diseño.

Pensamiento creativo: habilidad relacionada con la interdisciplina

Al tratar de ubicar la interdisciplina y el pensamiento creativo en el diseño gráfico se han destacado distintas concepciones de esta habilidad; sin embargo, todas tienen un punto en común: se busca resolver problemas poniendo en práctica las distintas características presentadas. Tener la posibilidad de salirse de las pautas establecidas ante la experiencia propia y crear nuevas secuencias de pensamiento (De Bono, 2004), o soluciones ante una situación determinada, depende de los hábitos y la formación individual.

Desde esta perspectiva de solución de problemas, el pensamiento creativo se vale de características como la fluidez, originalidad, flexibilidad y elaboración que favorecen la apertura a numerosas ideas, las cuales pueden ser fomentadas por medio de programas determinados, o estrategias del docente, que se adecuen a las distintas necesidades de los estudiantes. Impulsar el pensamiento creativo depende del docente y de su capacidad para plantear preguntas y problemas de diseño, recopilar y analizar información (Pérez y Hernández, 2017); además de mejorar la comunicación con las disciplinas ajenas al diseño con la finalidad de dar respuesta a problemas complejos.

Enfocado en los procesos cognitivos, el pensamiento creativo representa una forma de reordenar los conocimientos e ideas para formular otras, tomar decisiones con base en el razonamiento; así como tener la capacidad de identificar y redefinir las soluciones. De este modo, encontrar un problema figura también la capacidad de identificar situaciones mejorables; mientras que la redefinición de ideas representa la cualidad de reinterpretar la información y obtener otra perspectiva (Sternberg, 1988), buscar información e incorporar los conocimientos disciplinares o interdisciplinares para dirigir una mejora.

Con el fin de impulsar al docente a fomentar el pensamiento creativo, el proceso ha de comenzar desde el currículo, integrando las herramientas y los métodos. Desarrollar esta habilidad implica utilizar estrategias y recursos que la estimulen en el proceso de enseñanza- aprendizaje, donde el docente asuma una actitud abierta a las distintas formas de adaptar sus técnicas y reorientarlas hacia la solución de problemas y la toma de decisiones (Galvis, 2007); por lo cual se ha de considerar la intención de colaborar con profesionales de diversas disciplinas, ejercicio de co-diseño, que aporten a los saberes propios.

Si bien, el currículo de diseño gráfico en algunas universidades se ha enfocado en la solución de problemas, es posible exponer la demanda por incorporar un enfoque interdisciplinario que cuente con el apoyo del docente y con su aceptación al cambio, donde el desarrollo del pensamiento creativo (y de sus características) sean impulsadas desde las distintas asignaturas, los métodos de diseño, las herramientas derivadas de la tecnología (como *software*, *hardware* o plataformas de Internet) que posibiliten adaptar las ideas, y la disciplina misma, a los cambios sociales y culturales.

Conclusiones

La labor del diseñador implica incorporar el pensamiento creativo para sustentar las ideas, lo cual expone a la interdisciplina como un pilar en la cultura del diseño, situación que de-

manda docentes con conocimientos de su disciplina y actualización acorde a los cambios de tendencias, del contexto y del entorno laboral (Morales y González, 2021). Ante esto, se han sugerido cambios del paradigma lineal del diseño a uno que asuma la relación entre teorías y prácticas con otras áreas (García, 2019), posibilitando una mejora en la disciplina al considerar el impulso de habilidades.

Las diversas concepciones del pensamiento creativo se adecúan al área donde se implementa por lo cual, en el contexto del diseño, se puede entender esta habilidad se enfoca en la solución de problemas y es gestada en las distintas características que lo conforman. Así, se puede concluir los siguientes puntos considerando la relevancia la interdisciplina:

- El trabajo colaborativo puede favorecer la creación de múltiples ideas (fluidez): fomentar que el docente comparta sus conocimientos con otro tipo de profesores podría ser un aporte a que se desarrollen más propuestas de solución.
- Considerar los saberes de una disciplina ajena al diseño podría dirigir a formular ideas fuera de lo común: quitar recursos o hacer que el estudiante labore con elementos con los que no está asociado favorece la originalidad de pensamiento.
- La interdisciplina y la flexibilidad de pensamiento pueden relacionarse al combinar las estrategias de enseñanza, los métodos o al beneficiar la relación y la comunicación entre docentes disciplinares y/o externos al contexto del diseño.
- Darle detalle a una idea implica que el docente se involucre en el proceso del estudiante; sin embargo, cuando el profesor cuenta únicamente con experiencia laboral en diseño puede dirigir a que las ideas solo respondan problemas disciplinares.

La formación profesional del diseño ha cambiado y continuará adecuándose a las transformaciones del contexto, de la tecnología y de la sociedad; por lo cual las estrategias de enseñanza y el impulso de habilidades demandan combinarse con los saberes de disciplinas externas. Contar con el apoyo del docente en este proceso sería ideal para llegar a una mejora, pues las resistencias son un aspecto clave en las limitaciones de la innovación.

Referencias

- Contreras, P., Bravo, Ú., Cortés, C., Albornoz, C. (2014). Creatividad, interdisciplina y diseño para la innovación. *Base Diseño e Innovación*, 1, 156-167.
- Córdova, M., Dolores, M., y Mitjans, A. (1992). Estudio preliminar sobre la interrelación entre motivación, inteligencia, creatividad y personalidad. *Revista Cubana de Psicología*, 9 (3), 34-47.
- Cuervo, R., y Hernández, E. (2019). ¿Cómo evaluar la cognición creativa al enseñar diseño industrial? Un insumo para su aprendizaje. *Revista Bitácora Urbano Territorial*, 30 (2), 162-179. DOI: <https://doi.org/10.15446/bitacora.v30n2.81797>
- De Bono, E. (2004). *El pensamiento creativo. El poder del pensamiento lateral en la creación de nuevas ideas*. Paidós.

- Elkilany, E. & Yousef, W. (2021). Cultivating Creativity of Graphic Design and Multimedia Students: The Perceptions of Arab Faculty and Experts. *SAGE Open*. DOI:10.1177/21582440211058198
- Esquivias, M. (2004). Creatividad: Definiciones, antecedentes y aportaciones. *Revista Digital Universitaria*, 5 (1), 1-17.
- Galvis, R. (2007). El proceso creativo y la formación del docente. *Laurus*, 13 (23), 82-98.
- García, C. (2019). El diseño como una necesidad interdisciplinar. Una reflexión desde la academia. *Intersticios Sociales* (20), 77-101.
- Guilford, J. (1967). *The nature of human intelligence*. McGraw-Hill.
- Hatchuel, A., Le Masson, P., & Weil, B. (2018). C-K theory: modelling creative thinking and its impact on research. *Creativity in the Twenty First Century*, 169-183.
- Mazzeo, C., Romano, A. (2007). *La enseñanza de las disciplinas proyectuales*. Nobuko.
- Mednick, S. (1962). The associative basis of the creative process. *Psychological Review* (69), 220-232.
- Meron, Y. (2022) Graphic design and artificial intelligence: Interdisciplinary challenges for designers in the search for research collaboration, in Lockton, D., Lenzi, S., Heckert, P., Oak, A., Sádaba, J., Lloyd, P. (eds.), *DRS2022: Bilbao*. <https://doi.org/10.21606/drs.2022.157>
- Moirano, R., Sánchez, A., & Štěpánek, L. (2020). Creative interdisciplinary collaboration: a systematic literature review. *Skills and Creativity*, 35, 1-14.
- Morales, A., y González, E. (2021). Interdisciplinariedad en la formación universitaria del diseño gráfico: entre la teoría y la práctica. *Educación*, 30(58), 228-249. <https://doi.org/10.18800/educacion.202101.011>
- Moreno, L. (2017). Abordar lo complejo desde el diseño: una mirada hacia la transdisciplinariedad. *Educ, humanismo*, 19 (33), 369-385. <https://doi.org/10.17081/eduhum.19.33.2650>
- Morin, E. (2010). Sobre la interdisciplinariedad. *Publicaciones Icesi*, 62 (9-15).
- Obradors, M. (2007). *Creatividad y generación de ideas*. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Onofre, M. (2019). Evaluación de la creatividad en Diseño Industrial. *Cuaderno* 86, 1 (1), 181-208. <http://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n86/1853-3523-ccedce-86-180.pdf>
- Pérez, C., y Hernández, J. (2017). *Pensamiento crítico y creativo en estudiantes de educación superior: un análisis desde la teoría de la actividad*. Congreso Nacional de Investigación Educativa. COMIE.
- Rodríguez, C. (2013). Originalidad en la cultura de la copia: la originalidad en el proceso creativo. *Actas de diseño*, 8 (15), 147-153.
- Rodríguez, L. (2013). Hacia la interdisciplina de una disciplina. *Aristas del Diseño. Memorias del Segundo Coloquio Nacional en Investigación para el Diseño*, 77-90.
- Sánchez, J., y Pérez, C. (2011). Hacia un currículo transdisciplinario: una mirada desde el pensamiento complejo. *Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*, (17), 143-164.
- Sternberg, R. (1988). *The triarchic mind: A theory of human intelligence*. Viking.
- Torrance, E. (1990). *Torrance Tests of Creative Thinking. Manual for Scoring and Interpreting Results. Verbal, Forms A and B*. Bensenville: Scholastic Testing Service.
- Valqui, R. (2009). La creatividad: conceptos. Métodos y aplicaciones. *Revista Iberoamericana de Educación*, 49 (2), 1-11. <https://doi.org/10.35362/rie4922107>

Zaldívar, M., Sosa, Y., y López, J. (2006). Definición de la flexibilidad del pensamiento desde la enseñanza. *Revista Iberoamericana de Educación*, 37 (4), 1-5. <https://doi.org/10.35362/rie3742699>

Zaldívar, M., y Pérez, A. (2006). La fluidez del pensamiento desde la enseñanza de las ciencias. *Revista Iberoamericana de Educación*, 39 (5), 1-5. <https://doi.org/10.35362/rie3952558>

Abstract: Professional design training has been based on teaching methods and strategies to boost student skills; however, creativity has been considered the only key component for this area. Faced with a changing context and the demands of today's society, skills such as creative thinking take on value thanks to their characteristics of fluidity, originality, flexibility and elaboration, which allow incorporating interdisciplinary design. The goal of this text is to identify different conceptions of creative thinking, considering interdisciplinary. In this way, different conceptions of creative thinking have been identified according to the discipline where it is applied, the knowledge of the teacher, the subjects or the relevance that is given to it, a situation that has led to multiple ways of promoting it, without a clear focus on design.

Keywords: Interdisciplinary - Creative thinking - Higher education - Graphic design

Resumo: O treinamento de design profissional tem sido baseado em métodos e estratégias de professores para aumentar as habilidades dos alunos; no entanto, a criatividade tem sido considerada o único componente chave para esta área. Perante um contexto de mudança e as exigências da sociedade atual, competências como o pensamento criativo ganham valor graças às suas características de fluidez, originalidade, flexibilidade e elaboração, que permitem promover o design interdisciplinar. O objetivo deste texto é identificar diferentes concepções de pensamento criativo, considerando a interdisciplinaridade, o desenho.

Palavras chave: Interdisciplinar - Pensamento Criativo - Ensino Superior - Design Gráfico

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]
