



Proceso creativo: un enfoque holístico

Rafael Pozo Puértolas; Centro Investigación TGRAF ISEC; rafael.pozo@iseclisboa.pt; <https://orcid.org/0000-0002-3772-4091>
//Recepción: 30/12/2023, Aceptación: 26/04/2024, Publicación: 12/06/2024

Resumen

Este ensayo describe a partir de un enfoque holístico cómo se estructura un proceso creativo en el diseño gráfico, desde el ámbito profesional. Para comprender cómo se desarrolla, lo exploramos desde cuatro perspectivas diferentes: espiritual, cognitiva, biológica y pragmática. Con la finalidad de determinar una tabla donde se representa un patrón de etapas secuenciales, en relación con los posibles condicionantes que influyen en el proceso creativo. Entendemos que esta aportación será de utilidad, para analizar y evaluar un determinado proceso creativo.

Palabras clave

diseño; ideas; creatividad; proceso creativo; enfoque holístico

Creative process: a holistic approach

Summary

This essay describes from a holistic approach how a creative process is structured in graphic design, from the professional field. To understand how it develops, we explore it from four different perspectives: spiritual, cognitive, biological and pragmatic. With the purpose of determining a table where a pattern of sequential stages is represented, in relation to the possible conditions that influence the creative process. We understand that this contribution will be useful to analyze and evaluate a certain creative process.

Keywords

design; ideas; creativity; creative process; holistic approach

Introducción

Cuando hablamos de proceso creativo nos referimos a la serie de pasos o etapas por las que transitan las personas al generar nuevas ideas, resolver problemas o producir obras originales. Y entendemos la creatividad como un concepto multifacético que implica la generación de ideas, soluciones o expresiones inéditas.

Partimos del convencimiento que prácticamente todas las personas manifiestan un determinado nivel creativo desde el momento de su nacimiento. Dado que aparentemente, sin ningún conocimiento previo más que el instinto se enfrentan al reto de avanzar en la vida. Los sentidos juegan un papel principal en el desarrollo creativo, y la curiosidad sirve para experimentar y decidir lo que nos gusta y lo que no nos gusta. También los utilizamos para imitar acciones que muestran que las personas de nuestro entorno. Así comienza nuestro largo camino de aprendizaje y toma de decisiones personales. Con el avance de los años la mayoría de las personas desarrollan su creatividad de forma natural sin pararse a pensar *¿cómo surgen mis ideas?* Cuando profesionalmente decidimos dedicarlos al diseño gráfico, llega el momento que necesitamos comprender *¿cómo se desarrolla un proceso creativo?* es entonces cuando comienzan las dudas para identificarlo o poder controlarlo.

En nuestra observación profesional vinculada al diseño gráfico, observamos como muchos profesionales dominan su proceso creativo a través del saber hacer, del día a día. Y pocos profesionales se plantean como lo hacen, directamente lo realizan según sus hábitos o rutinas de trabajo. En el ámbito académico, esto es más complejo de definir, ya que la experiencia no existe, y solo existen preguntas, y constatamos como el rol de creativo, se asume directamente por el hecho estar o haber estudiado una especialidad del diseño. Por tanto, este razonamiento nos lleva a plantearnos que posiblemente la mayoría de los que se consideran creativos, desconocen cómo se desarrolla su proceso creativo.

Observamos cómo muchos profesionales del diseño gráfico se bloquean, y no son capaces de reactivar su creatividad o incluso creen haberla olvidado. Y también cómo en ocasiones, la recobran cuando toman una decisión adecuada o encuentran una solución a un determinado problema que les ha provocado un estado temporal de ansiedad. Esta es una de las razones por la que desarrollamos este trabajo, y que nos ha llevado a plantearnos *¿la creatividad es una cualidad del pensamiento humano?*

Debemos matizar nuestras palabras y aclarar que con este trabajo no pretendemos realizar una revisión literaria exhaustiva para teorizar sobre la creatividad, solo se ha intentado fundamentar y argumentar nuestra opinión extraída de la práctica profesional, y contrastada a través de la observación directa del proceso creativo, desarrollado a una selección de diseñadores gráficos profesionales. Para nosotros es importante resaltar, que solo pretendemos aportar nuestra opinión sobre las observaciones realizadas, y que no aportamos ningún patrón dogmático sobre esta cuestión.

Desarrollo

Para comprender cómo se desarrolla un proceso creativo en el diseño gráfico, lo exploramos desde cuatro perspectivas diferentes: espiritual, cognitiva, biológica y pragmática.

Espiritual

Según Winnicott (1988) la aceptación de la vida en sí es la percepción creadora. Su teoría enuncia que vivir en forma es creadora de un estado saludable. La creatividad para él es universal y corresponde a la condición de estar vivo. Debe ser considerada como la formulación de la existencia de un "impulso creador". Entendemos, que la creatividad es interpretada como un acto sagrado que contribuye al crecimiento personal, al autodescubrimiento y a la evolución colectiva de la humanidad. Es un medio de expresar, celebrar y alinearse con lo sagrado dentro y alrededor de nosotros. La entiende como un medio para expresar la esencia divina dentro de los individuos. A través de actos creativos, los individuos pueden aprovechar su naturaleza espiritual interna y generar expresiones de belleza, armonía y verdad.

Según A. González (2006) la conciencia se caracteriza por ser atemporal, infinita, inmutable, inefable, omnipresente y total. Es energía dinámica. Para poder manifestarse y expresarse necesita de dos elementos, sujeto y objeto y precisa diversas dimensiones y vías que le permitan darse cuenta de las experiencias vividas en cada uno de los planos de existencia. Cabe pensar que posiblemente los actos creativos se deben considerar, como momentos en los que los individuos a través de su conciencia acceden a una fuente superior de sabiduría, conocimiento o energía creativa. Entendemos que el proceso creativo es considerado no únicamente cómo el resultado mecánico del esfuerzo individual, sino que implica una conexión con lo divino. Implica acceder a una conciencia superior, o conectarse con la fuente universal de inspiración y expresar la propia divinidad interior.

Para Munari (2018) la fantasía, la invención y la creatividad no son patrimonio de unos pocos iniciados –los artistas–, sino facultades esenciales del ser humano que todos deberíamos comprender. Podemos entender la creatividad como un medio para expresar la esencia divina dentro de los individuos. A través del proceso creativo, los individuos pueden aprovechar su naturaleza espiritual interna y generar expresiones de belleza, armonía y verdad. Así manifestar su capacidad de trascender el pensamiento ordinario y acceder a estados superiores de conciencia. Cómo un proceso transformador que puede conducir al crecimiento personal, que pueden considerarse una forma de servicio que contribuye positivamente al bienestar común.

Cognitiva

Según Romo (1980) las dimensiones cognitivas de la creatividad las podemos interpretar como unas aptitudes complejas en cuanto suponen aspectos diferenciables como son la fluidez, flexibilidad y originalidad, pero a la vez homogéneas en cuanto tales aspectos funcionan de forma integrada. Desde esta perspectiva comprendemos que estas aptitudes también pueden estar involucradas en la combinación de los diferentes tipos de pensamiento. A partir de este razonamiento las podemos diferenciarse entre:

- *Creativo*, la capacidad de pensar más allá de los límites convencionales.
- *Crítico*, la capacidad de evaluar la relevancia, credibilidad y coherencia lógica de las ideas antes de formar un juicio o una decisión.
- *Analítico*, descomponer información compleja en componentes más pequeños para comprender las relaciones y patrones que contiene.
- *Estratégico*, planificar y tomar decisiones con una perspectiva de largo plazo.
- *Lógico*, hacer deducciones, sacar conclusiones y aplicar un razonamiento sistemático para resolver problemas.
- *Holístico*, comprender el todo en lugar de centrarse únicamente en las partes individuales.
- *Convergente*, reunir información o ideas diferentes para encontrar una única solución correcta u óptima.
- *Divergente*, explorar múltiples soluciones o ideas posibles en respuesta a una sola pregunta o problema.
- *Sistémico*, comprender sistemas complejos examinando las interacciones y relaciones entre sus componentes.
- *Emocional*, considerar e integrar las emociones en el proceso de pensamiento.

- *Concreto*, centrarse en hechos y detalles tangibles y observables.
- *Abstracto*, conceptualizar y comprender ideas o conceptos que no están directamente relacionados con objetos concretos y observables.
- *Reflexivo*, considerar y analizar los propios pensamientos, experiencias y acciones.
- *Intuitivo*, tomar decisiones o juicios basados en coronadas, instintos o procesos subconscientes.

Según Gardner (1989) a través de su teoría de inteligencias múltiples sugiere que la creatividad no es un rasgo único, sino una combinación de diferentes habilidades cognitivas. Analiza cómo los individuos expresan su creatividad a través de diversas formas de inteligencia. La inteligencia tendrá que ver los rasgos de personalidad, en particular la apertura a la experiencia. Es posible que las personas con un alto nivel de apertura tiendan a ser curiosas, imaginativas y de mente abierta, rasgos que facilitan el pensamiento creativo y la exploración de nuevas ideas. Y pueda favorecer la motivación intrínseca, o el impulso interno de participar en una actividad por sí misma, se asocia con una mayor creatividad.

Para De Bono (1999) la creatividad se puede considerar una actitud mental y una técnica de pensamiento. Esto nos indica que las personas más motivadas por el interés, la autoexpresión o la satisfacción personal, es más probable que exhiban comportamientos creativos. También cómo las emociones positivas puedan mejorar el pensamiento creativo, mientras que la capacidad de gestionar las emociones negativas puede prevenir los bloqueos creativos.

Biológica

Según Garcés-Vieira et al (2014), los neurotransmisores como la dopamina desempeñan un papel en la motivación y la recompensa, influyendo en el proceso creativo. Dado que la dopamina se asocia con la recompensa y el placer y se libera durante actividades que se perciben como gratificantes. Enfatiza que las estructuras y funciones físicas del cerebro contribuyen al pensamiento creativo. Se asocian con regiones cerebrales específicas, incluida la corteza prefrontal, que participa en la toma de decisiones, la resolución de problemas y el pensamiento creativo. La interacción entre diferentes regiones del cerebro, como los lóbulos frontales, los lóbulos temporales y el sistema límbico, es crucial para generar ideas y asociaciones novedosas.

Para Penagros-Corzo (2018) el estudio de la creatividad desde las neurociencias. Sugiere que la

creatividad implica la interacción entre los hemisferios izquierdo y derecho del cerebro. Mientras que el hemisferio izquierdo está asociado con el pensamiento lógico y analítico, el hemisferio derecho está vinculado con la imaginación y el pensamiento holístico. Este razonamiento nos apunta, que la creatividad a menudo requiere un equilibrio entre estas dos funciones cognitivas y tiene que ver con la capacidad de cambiar entre diferentes modos de pensamiento o perspectivas. También Acosta (2019) considera que la capacidad del cerebro para procesar información durante el sueño, el cerebro consolida recuerdos y experiencias, promoviendo la resolución creativa de problemas y la generación de conocimientos.

Pragmática

Según Sini (1999) en la teoría de los signos de Charles Sanders Peirce, el significado de un símbolo, como puede ser una palabra, se basa en convenciones sociales, y por tanto su significado pragmático es dinámico, ya que se continúa evolucionando con el tiempo. Cuando un signo provoca un signo posterior (una interpretación) en la mente de alguien, se inicia una cadena infinita de interpretación, desarrollo o ideas (proceso creativo). Y también que el método de enseñanza de John Dewey, se establece desde el análisis de las fases o etapas del método de problemas que desarrolla: *la experiencia; interrupción de la experiencia; la inspección de los datos disponibles; formulación de hipótesis y el sometimiento de la hipótesis para corroborar la experiencia*.

Para Csikszentmihalyi (1996) los individuos entran en estados de mayor concentración y productividad durante el proceso creativo. Pone en valor la integración y la puesta en práctica del conocimiento, rechazando la duda radical de la dualidad teoría y práctica. Pone el foco en la vivencia personal como lugar de todo significado, como una teoría que enfatiza el proceso y la experimentación creativa.

Para Graham Wallas (1926) y Coleman (2016) las cuatro fases del proceso creativo son: la búsqueda o preparación, incubación, iluminación y verificación. Esta aportación nos proporciona un método para aclarar nuestras ideas, pero nos crea ciertas dudas. Dado que observamos que en ciencia uno puede testear una idea en el mundo objetivo y los resultados constituirán el significado de la misma. Si no hay resultados, o si los resultados no tienen sentido, lo más probable es que la idea no sea significativa. A diferencia desde la percepción del diseño que se valora la mentalidad creativa continua que busca refinar, optimizar y mejorar los

procesos y resultados existentes, considerándose un motor de mejora continua.

Proceso creativo en el diseño gráfico

Desde nuestro posicionamiento, entendemos que reflexionar de forma holística implica observar la totalidad de las partes, etapas o fases que componen un proceso. Y observar que como el resultado posiblemente no obtendremos la simple suma de lo realizado, sino que algo diferente. Desde esta premisa, entendemos que la creatividad se genera a través de un proceso holístico a través de su instinto creativo, y este puede actuar de forma consciente o inconsciente. A partir de este planteamiento nos planteamos *¿cuáles son las posibles variables y condicionantes que influyen en un proceso creativo?*

Nuestra observación en el ámbito profesional, ha tenido en cuenta a una selección de profesionales que se dedican a la docencia en diseño gráfico, y que transmiten su experiencia profesional a sus alumnos en el ámbito académico. A modo de resultado de este trabajo, aportamos un planteamiento de cuáles son las posibles etapas que actúan de forma secuencial, y cuáles son los principales condicionantes que pueden influir y condicionar un proceso creativo en el diseño gráfico.

Con esta propuesta no afirmamos que cada profesional deba pasar de forma consciente por cada etapa. La mayoría de opiniones recabadas nos indican que la creatividad surge de forma inconsciente “sin darnos cuenta de cómo la realizamos”, y que la mayoría de las ocasiones se asume como algo normal y habitual en el que no paramos nuestra atención.

Para facilitar la comprensión de la tabla 1, aportamos una breve explicación de los apartados representados:

- *Primera etapa “Intuición”*. Lo directo e inmediato. Esta etapa depende de la sensibilidad de la persona, de los estímulos que sea capaz de percibir, la perceptibilidad que muestre, o de su disposición de atender las señales que emite su intuición. También tendrá que ver con la espontaneidad, la imaginación y los sentimientos. Y su relación directa con las creencias que tenga arraigadas en el subconsciente (verdades asumidas) u otros condicionantes que influyan o la coarten.
- *Segunda etapa “motivación”*. La necesidad de intervenir o solucionar algo. Esta depende de la situación en relación del nivel de conocimiento que la persona tenga y sepa expresar. Hay personas que sin experiencia previa son capaces de mostrar un determinado conocimiento empírico de forma natural, sin saber exactamente

Proceso creativo en diseño gráfico	
Etapas secuenciales	Posibles condicionantes
Intuición	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilidad: estímulos, perceptibilidad, receptividad [...] Espontaneidad: sentimientos, creencias [...]
Motivación	<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento: con directrices previas "brief" o sin experiencia previa. Inteligencias: emocional, lógico matemática; lingüística, espacial, musical, kinestésico-corporal, intrapersonal, interpersonal o naturista.
Generación	<ul style="list-style-type: none"> Pensamiento: divergente, crítico [...] Razonamiento: inductivo o deductivo [...]
Producción	<ul style="list-style-type: none"> Visión: imaginación, ideas, fantasía, conceptual [...] Discernimiento: objetivo o subjetivo.
Representación	<ul style="list-style-type: none"> Argumentación: análisis, síntesis, narración [...] Expresión: hablada, dibujada, escrita [...]

Tabla 1. Representación de las etapas de un proceso creativo en diseño gráfico. Realización propia.

de donde les proviene. Otras personas a través de su experiencia en un determinado ámbito son capaces de aportar respuestas a partir de la interconexión de todo su conocimiento aprendido desde la teoría. Esta etapa también tiene relación con el tipo de inteligencia que tenga la persona para entender y comprender su vida (emocional, lógico matemática; lingüística, espacial, musical, kinestésico-corporal, intrapersonal, interpersonal o naturista). En ocasiones esta etapa la podemos vincular con la motivación que nos pueda aportar un "brief" que proviene de un encargo previo, como un documento en el que se nos realiza un encargo bajo unas ciertas directrices.

- **Tercera etapa "generación".** La búsqueda de soluciones o respuestas. Cuando nuestro pensamiento comienza a actuar de forma divergente (implica la capacidad de generar una variedad de posibles soluciones o ideas en respuesta a un estímulo particular); o de forma crítica (evaluar la relevancia, credibilidad y coherencia lógica de las ideas antes de formar un juicio o una decisión). Y podemos utilizar el razonamiento inductivo para la observación de hechos particulares para llegar a una generalización; el razonamiento deductivo a partir de la lógica y la demostración para probar la validez de lo razonado; entre otros.
- **Cuarta etapa "producción".** La visualización de ideas. Cuando comenzamos a visionar las primeras propuestas como resultado de las etapas anteriores. Es cuando el discernimiento actúa de forma objetiva (se puedan demostrar con datos) o de forma subjetiva (que estén respaldados por opiniones particulares).

- **Quinta etapa "representación".** La materialización. Cuando necesitamos argumentar las ideas entre las adecuadas y no adecuadas. Debemos analizar o sintetizar para poder seleccionar la que consideremos adecuada, y tomar una decisión correcta. Esta etapa es la que nos lleva en el diseño gráfico a la expresión a través de bocetos, dibujos, textos o cualesquiera otras formas de expresión gráfica.

Conclusiones

A través de nuestro razonamiento holístico nos ha permitido conocer un poco más el concepto "creatividad" y como se manifiesta a través de un "proceso creativo" como una secuencia de elementos interconectados que trascienden las perspectivas individuales de la persona.

La exploración del concepto a través de las perspectivas espiritual, cognitiva, biológica, y pragmática, nos ha proporcionado una comprensión más amplia e integral del proceso creativo y sus posibles resultados aplicados en el diseño gráfico. La persona creativa es una mezcla armónica de buscador espiritual, explorador cognitivo, entidad biológica, soñador inconsciente y solucionador pragmático de problemas.

Entendemos que los condicionantes que influyen y qué desencadena un determinado proceso creativo son únicos, diferentes, personales e intransferibles. En este sentido, entendemos que la creatividad no se puede adquirir como cualquier bien material. Es una cualidad inmaterial que aporta el factor diferencial, para poder aplicarla a un proceso de diseño gráfico.

En referencia a las preguntas que planteamos en este trabajo, podemos responder:

¿Cómo surgen mis ideas? Consideramos que las ideas surgen de nuestro instinto creativo, y que estas son innatas al ser humano.

¿Cómo se desarrolla un proceso creativo? Consideramos que el proceso creativo en el diseño gráfico se desarrolla a partir de la sincronización de cinco etapas y sus posibles condicionantes. En cada persona esta configuración se mostrará o manifestará de forma diferente.

¿La creatividad es una cualidad del pensamiento humano? La observación realizada en este trabajo nos ha indicado que debemos considerar que la creatividad puede ser una capacidad o habilidad innata, pero se hace necesaria una reflexión personal para conocer cómo se manifiesta en cada proceso creativo para tener la capacidad de controlarlo. Y observar cómo los

posibles errores y aciertos influyen en la toma de decisiones y por consonancia en nuestro proceso creativo.

¿Cuáles son las posibles etapas y condicionantes que influyen en un proceso creativo?

- Intuición: sensibilidad y espontaneidad.
- Motivación: conocimiento e inteligencia.
- Generación: pensamiento y razonamiento.
- Producción: imaginación y discernimiento.
- Representación: argumentación y expresión.

Esperamos que la lectura de este ensayo, le aporte la base para que pueda analizar cómo se desarrolla su proceso creativo. Entendemos que le será de utilidad para posiblemente llegar a conocerlo y controlarlo, si esto es posible.

Referencias bibliográficas

- Acosta, María Teresa (2019). *Sueño, memoria y aprendizaje*. Medicina (B. Aires) vol.79 supl. 3 Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Csikszentmihalyi, Mihal (1998). *Creatividad. El fluir y la psicología del descubrimiento y la invención*. Paidós. Barcelona.
- Coleman, Daniel; Kaufman, Paul; Ray, Michel (2016). *El espíritu creativo*. Ediciones B. sello Zeta Bolsillo. Barcelona
- De Bono, Edward (1999). *El pensamiento creativo. El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas*. México. Editorial Paidos Plural.
- Garcés-Vieira María Virginia; Suárez-Escudero Juan Camilo (2014). *Neuroplasticidad: aspectos bioquímicos y neurofisiológicos*. Rev CES Med. 28(1): 119-132. ISSN 0120-8705 DOI: <https://doi.org/10.21615/cesmedicina>
- Gardner, Howard (1989). *To Open Minds: Chinese Clues to the Dilemma of American Education*. Nueva York: Basic Books. ISBN978-0-4650-8629-0.
- González-Garza, Ana María (2006). *El desarrollo de la conciencia desde la óptica transpersonal*, en Manuel Almendro (Ed.): *La Consciencia Transpersonal*. 2ª ed., pp. 315-351. Barcelona, Kairós.
- Menéndez, Isabel (2017). Freud, Sigmund. *Relatos clínicos*. Siruela Ediciones. ISBN 9788416964338
- Munari, Bruno (2018). *Fantasía. Invención, creatividad e imaginación en las comunicaciones visuales*. Gustavo Gili. Barcelona
- Penagros-Corzo, Julio (2018). *Psicobiología de la Creatividad, Emociones y Actitud Creativa*. Universidad de las Américas Puebla, México. Revista Internacional de Educación para la Justicia Social, 7(2), 33-46. <https://doi.org/10.15366/riejs2018.7.2.002>
- Romo Santos, Manuela (1980). *Dimensiones cognitivas de la creatividad*. Tesis doctoral. Universidad Autónoma. Facultad de Filosofía y Letras. Psicología. Madrid.
- Sini, Carlo (1999). *El pragmatismo*. Madrid. Editorial Akal. ISBN 9788446010531
- Winnicott, Donald (1996). *Vivir creativamente*. En: *El hogar, nuestro punto de partida*. Ensayos de un psicoanalista. Barcelona: Paidós; p. 48-65

