



# Universidad Don Bosco

Facultad de Humanidades, Escuela de Diseño Gráfico e Industrial

---

## Informe final de investigación

### Tema

Incidencia en el aprendizaje de la creatividad por parte de docentes de diseño en la educación superior.

### Presentado por:

Nathaly Alejandra Tejada Chicas

Visto bueno  
Asedor

Visto bueno  
Lector

Junio 2023

# Resumen

El aprendizaje de la creatividad en cualquier nivel educativo tiene como prioridad plantear activos métodos prácticos y cognitivos para acercarse a los estudiantes de forma eficiente, los cuales, permite que estos tengan una comprensión profunda de los contenidos teóricos y la capacidad de aplicarlos de forma novedosa en una práctica profesional, por ello, el rol del docente en la transmisión de estos conocimientos es imprescindible, ya que la experiencia misma respalda que toda actividad profesional debe ser sujeta a un pensamiento alterno a la realidad. La creatividad es relacionada con la idea de libertad, aunque estos vocablos no son sinónimos, el ser creativo es una expresión personal que no solo depende de los contenidos y rigidez de los programas, sino también de las concepciones conductuales del aprendizaje que establece el rol del docente.

**Palabras clave:** *Aprendizaje, creatividad, educación docencia, diseño.*

# Introducción

*Incidencia en el aprendizaje de la creatividad por parte de docentes de diseño en la educación superior.*

La conexión existente entre la enseñanza y aprendizaje del diseño, así como en todas disciplinas, siempre será delimitada por el docente o profesor, sus conocimientos y experiencias le permitirá orientar a sus estudiantes a estar preparados a los desafíos de la práctica profesional, agregando a los contenidos académicos procesos propios tales, como la creatividad y la innovación.

En la actualidad con la abundante información que cada estudiante tiene acceso, aplicar procesos creativos de enseñanza y aprendizaje en cualquier carrera universitaria se vuelve más difícil, tal como lo respalda Sánchez Borrero (2020) al decir que los estudiantes puede adquirir más conocimiento por la diversidad de la comunicación en canales y medios segmentados que a la larga se vuelve un factor diferenciador cuando están en el salón de clase.

En este contexto aprender diseño se ha transformado en resolver problemas con un pensamiento creativo que haga diferente las ideas, dejando a un lado los tradicionales métodos de aprendizaje basados en la observación cotidiana, intuición, y el gusto estético personal.

El aprendizaje es una práctica indispensable para el desarrollo personal y profesional, las experiencias y los nuevos conocimientos adquiridos permiten cambiar perspectivas, habilidades y reflexiones sobre las transformaciones del entorno. A lo largo de la historia este ha sido objeto de estudio y reflexión por parte de diferentes actores como educadores, científicos, filósofos, psicólogos, quienes han buscado comprender su naturaleza y sus implicaciones en el pensamiento humano.

La Real Academia Española (2023), explica el vocablo “aprendizaje” como el adquirir una conducta para siempre. También, lo describe como la acción y efecto de aprender algún arte, oficio u otra cosa. Lo cierto es que cualquier persona aprende por distintos procesos que involucran tres estados: 1. Adquirir, 2. Retener y 3. Aplicar el conocimiento.

El aprendizaje se adquiere a través de procesos educativos y la propia experiencia en la vida., Camizán García et al. (2021) agrega al término, las estrategias, tales como la repetición, resumen y la actuación complementando el esfuerzo formativo que debe ser orientado a las propias acciones del individuo.

El retener, es una función neurocognitiva que permite registrar, codificar, consolidar, guardar, recuperar y traer la información cuando se necesita. (Muelas Plaza, 2014). Este proceso es inherente a la memoria e inicia de forma sensorial hasta llegar a ser parte de la conducta humana.

El proceso de aprendizaje se complementa con la aplicación de los conocimientos que según Estéfano, (2013) son habilidades y saberes específicos que se desarrollan y que todo docente debe saber estimular la puesta de acción con una finalidad definida.

Aprender la creatividad es adquirir y ejercitar actitudes propias de la conducta humana, tales como la imaginación, interés, observación, cualquier aprendizaje debe considerar desarrollar la reflexión y la creación de ideas.

Acevedo Borrego et al. (2016) consideran que lo reflexivo o convergente es descriptivo y enfocado, se concentra en el análisis de las causas del problema empleando técnicas y métodos sistemáticos para encontrar soluciones prácticas. Agregan que la creación de ideas es divergente es sensitivo e imaginativo, emplea técnicas novedosas y creativas con retroalimentación a los involucrados en el problema.

Si se busca una definición que abarque todas las actividades de la creatividad resultará muy extensa por ser una actividad variante que combina la lógica y el cambio. Por una parte, las personas aprecian y admira la actividad creativa porque les permite alternativas de otros entornos a los que se puedan enfrentar y, por otro lado, muestra incertidumbre a por no tener claridad en el control ni medición del entorno donde se sitúa.

Santaella (2006) establece que la creatividad es el proceso de presentar un problema a la mente con claridad, para originar o inventar una idea, concepto, noción o esquema según líneas nuevas o no convencionales.

Originalmente por los años cincuenta, Guilford (1959, citado por Santaella, 2006) define la creatividad como una forma de pensamiento que se desencadena en un sujeto como consecuencia de la percepción de un problema y que posee diversos componentes. Esta definición coincide con la de Torrance (1962, citado por Santaella 2006) que lo miraba como el proceso de descubrir problemas o algunas de información, formar ideas o hipótesis, probarlas, modificarlas y comunicar los resultados.

Con estas ideas preliminares se puede concluir que la creatividad es la facultad de ser humano de estructurar en forma original los principales elementos dentro del campo ordenado y lógico, que a su vez permite estructurar y desestructurar problemas del entorno con nuevas formas y contenido tal como sucede en el campo de la educación.

Para explicar la aplicación de la creatividad en la educación es necesario hacerlo de forma general y particular, por ejemplo, cada nivel educativo o disciplina tienen su propia didáctica, sus estrategias de enseñanzas, procesos, ambientes y estudiantes que se relacionan con todos estos conceptos.

Las instituciones educativas están afrontando los cambios provocados por el uso de la tecnología, por ello tal como dice Cárdenas (2019) las competencias de un docente han cambiado, ya no basta ser un transmisor de conocimientos, sino también ser innovador y creativo en su práctica.

El actual docente, en especial el universitario está condicionado por su especialización a la cual deberá incorporar su conocimiento y la habilidad de crear e innovar con mentalidad abierta (De la Torre & Violant 2002). En consecuencia, tendrá adaptarse fácilmente a lo nuevo sin ofrecer resistencia, sus actividades serán diferentes, motivando al estudiante a involucrarse en el desarrollo de las propias metodologías de su carrera.

Cuando se habla de educación superior o universitaria la formación de los estudiantes dependen estrechamente de los diferentes procesos de enseñanza y aprendizaje, pero, sobre todo el uso de metodologías que son la primera escalera para el desarrollo de creatividad volviéndose clave para ellos a la hora de resolver problemáticas.

Este contexto ha variado, la tecnología ha influido, y no se precisa si es en positivo o negativamente en la formación de los profesionales debido a la cercanía constante de los instrumentos o herramientas llamadas "inteligentes" quienes han acaparado la atención de los estudiantes dentro y fuera de las aulas.

# Objetivos

## Objetivo general

Comprender los diversos métodos que utilizan los docentes de diseño para la incentivación y aprendizaje de la creatividad en sus estudiantes aplicándola a sus futuros entornos laborales y profesionales en su rama de interés.

## Objetivos específicos

- Evaluar la efectividad de la enseñanza de la creatividad en la educación superior.
- Analizar los métodos de enseñanza de la creatividad en educación superior con base a criterios a partir de consideraciones teóricas.
- Establecer los beneficios que se obtienen como resultado del uso de la creatividad en los estudiantes en su ámbito profesional al terminar la carrera de diseño gráfico.
- Determinar si existe algún obstáculo tanto en docentes como estudiantes para explorar el uso de la creatividad en clases.

# Metodología

## Enfoque

El muestreo utilizado en esta investigación fue de tipo no probabilístico, seleccionado por conveniencia. Esta elección se basó en la accesibilidad de la información y en las características de las respuestas necesarias para evaluar la relación entre la teoría y la práctica, a través de la participación social de los objetos y sujetos de estudio. Inicialmente, la población de estudio consistió en 2 diseñadores y 1 profesor que contaban con experiencia o conocimientos sobre emprendimientos en diseño.

Para la recolección inicial de información mediante entrevistas, se estableció como criterio de exclusión aquellos diseñadores a quienes se les había solicitado previamente una entrevista y no habían respondido a la invitación o no podían asistir debido a limitaciones laborales, tecnológicas u otras circunstancias ajenas a nuestro alcance. En el caso de los profesores, dos de ellos no pudieron atender a la invitación.

## Origen de los datos

Ya se mencionó que se utilizó un método de muestreo No-Probabilístico seleccionando convenientemente teniendo en cuenta la disponibilidad de la información y las características de las respuestas buscadas a través de la revisión de estudios y observaciones previas. La muestra de estudio consistió en tres personas relacionadas directamente con el uso y la aplicación de la creatividad: una empresaria, una estudiante y un educador especializado en diseño gráfico y creatividad. Estas personas han tenido experiencias significativas que abonan a la investigación dentro del ámbito de la creatividad.

# Metodología

## Técnicas y herramientas para recolección de datos

Se emplearon técnicas como la entrevista y observación que ayudaron a reunir información cualitativa de personas e investigaciones específicas. El objetivo era obtener información sobre el impacto que puede llegar a tener la creatividad en los diseñadores gráficos mientras estudian y cuando ya ejercen la profesión, los diferentes usos de metodologías ya sea tradicionales o innovadores tanto desde la perspectiva del docente como del estudiante y por supuesto los obstáculos que atraviesan los diseñadores implementar estas metodologías y herramientas en su vida como estudiante y la vida laboral.

Después de realizar la recopilación de información gracias a las primeras investigaciones por medio de diferentes libros, artículos y comprender de una forma más cercana el contexto, se crearon 2 cuestionarios de preguntas abiertas dirigidos a 2 sectores: Educadores y alumnos. Estos cuestionarios se consideraron un instrumento clave para investigaciones descriptivas debido a que nos acerca al contexto de la temática que aborda la investigación desde la experiencia de los entrevistados. Cabe recalcar que se siguió un proceso investigativo completo basado en metodología cualitativa.

Para recopilar dicha información, se empleó una guía con categorías semi estructuradas (Anexo 1) permitiendo a los entrevistados poder abordar los temas de una forma flexible.

Para la elaboración de la guía se estructuró bajo una línea de frases estimulantes y preguntas breves, permitiendo al entrevistado tomar libertad al expresar su opinión permitiendo la interacción y profundidad en sus respuestas gracias al minucioso trabajo en la formulación de las preguntas. Al crear dicha guía se estimaron posibles respuestas y reacciones de los entrevistados.

Tomando en cuenta el enfoque cualitativo de la guía de preguntas se ajustaron de acuerdo con las circunstancias y conocimientos del perfil de las 3 personas. Las sesiones se llevaron a cabo de manera virtual a través de las plataformas Zoom y Google Meets, es importante mencionar que al momento de la entrevista se solicitó permiso a los participantes para grabar cada una de sus respuestas a las preguntas. Es importante destacar que el estudio de la investigación está lleno de diversas fuentes y perspectivas que nos benefician para comprender cómo el uso de la creatividad puede impactar de diversas formas a través de múltiples consejos, herramientas y metodologías implementadas por docentes y la aplicación propia de los diseñadores en su día a día.

# Metodología

## **Análisis de datos**

Dentro del análisis de datos cualitativos se realizó una reducción de información, en otras palabras, la información obtenida dentro de las entrevistas se resumió ordenándose según el nivel de importancia que se acordó previamente.

Para realizar dicho resumen de respuestas se categorizó mediante un proceso inductivo. Para ello se analizó meticulosamente las respuestas de cada interrogatorio, llevando a clasificar categorías provisionales para criterios que sean temáticos donde se toman en cuenta las experiencias o reseñas que han tenido en común, diseñadores, estudiantes y educadores logrando codificarlas posteriormente.

Para la interpretación de los resultados se han basado en las experiencias académicas y laborales de las personas entrevistadas.

# Resultados

## Entrevistas

Las entrevistas fueron desarrolladas mediante sesiones virtuales a través de la plataforma Microsoft Teams y Google Meets, se contactaron a las personas relacionadas con el uso de metodologías para innovar dentro de empresas por referencias personales, y se les citó de acuerdo con su conveniencia de horario. Cada entrevista fue grabada.

A los entrevistados se les contactó por medio de correo o mensajería instantánea, cada sesión tuvo una duración de 30 minutos a 1 hora aproximadamente. Para la entrevista se elaboró un cuestionario de 10 preguntas abiertas; en tres de ellas se solicitaron datos como el nombre, marcas y descripción de actividades del emprendimiento o negocio.

Las respuestas fueron clasificadas en categorías y codificadas para un mejor ordenamiento. A continuación, los hallazgos más importantes:

# Tabla 1

## Entrevistas a personas relacionadas con el diseño y el uso de metodologías creativas en diferentes áreas de desempeño.

Entrevistado	Empresa	Categorías			
		I01 Relación entre la creatividad y el diseño	I02 Aprendizaje y desbloqueo creativo en alumnos o personas	I03 La creatividad: competencia innata o adquirida	I04 La creatividad: incidencia en el aprendizaje
<b>EM01</b> Ernesto Pineda	Docente en UFG y previamente en UDB. Imparte clase desde 1989.	Es fundamental en todo ámbito. En la educación, si no se parte de la creatividad, no se crea una sinergia de aprendizaje y nos convertimos en un transmisor de conocimiento nada más. Pero con la creatividad se puede asimilar el conocimiento e interpretarlo. Pandemia nos enseñó la digitalización, hoy es una mezcla de técnicas para despertar el interés del estudiante. Técnicas holísticas, heurísticas, lúdicas y eclécticas. Para que esto se cumpla, el estudiante debe ser curioso, flexible, disciplinado e inquisidor.	Es necesario saber por qué estoy frente a los estudiantes. Las diferencias generacionales pueden parecer una barrera psicológica que debemos eliminar. Por otro lado, Edgar Bono ofrece la técnica e los 6 sombreros y las 6 botas. El pensamiento divergente. Metodologías EFE donde se aprende mediante juegos (lúdico). Todo esto construye el pensamiento creativo. También, trabajar bajo presión permite eliminar la frase "No puedo".	Nosotros somos orientadores del conocimiento. La creatividad integral, cinestésica, es decir, desinhibir la barrera mentar para que se apertura el pensamiento creativo, quitar prejuicios y paradigmas. Sin embargo, es una paradoja que se busque el desbloqueo de la creatividad, pero en la práctica nos mantenemos en la zona de confort. La creatividad debe romper paradigmas, pero las instituciones no prestan su apoyo para lograrlo manteniéndonos dentro de dicha zona de confort.	Para reconocer un alumno creativo es necesario "romper el hielo" generando un ambiente para expresarse ya que éste es el comienzo de todo. Es donde vamos cultivando las características antes mencionadas: Curioso, flexible, disciplinado e inquisidor (preguntón)
<b>EM02</b> Andrea Esquivel Muñoz	Pepper Design – Diseñadora gráfica junior	La creatividad es el motor y el inicio de todo porque una comienza un proyecto necesitando diferenciarse entre los demás. Lo veo como una mezcla de actitud con una herramienta. En mi trabajo me dan un brief de marca y hacemos el proceso creativo, búsqueda de referencias, por esto la creatividad es importante porque en el mundo del diseño todo está hecho y buscar algo diferente sigue siendo un reto. La creatividad está implementada en todas las carreras, pero en diseño se da en mayor énfasis.	Para un desbloqueo creativo hay que inspirarse de lo que está afuera para absorberlo e incrementarlo en el trabajo. El diseño es un constante aprendizaje y recopilar información, búsqueda de estímulos que nos permitan seguir creando, música, películas, buscar otras marcas. Al aprender sobre la creatividad conocí docentes buenos que llevaron a los alumnos a otro nivel creativo y otros que se mantuvieron en el marco de lo teórico y no salían de ahí. Ellos mismos nos mostraba cómo podríamos extraer información del exterior y apoyarnos en ellas, no solo en la búsqueda de redes sociales. Retornos con cosas o proyectos, en mi caso me especializó en branding con el fin de no acostumbrarme.	El uso de la creatividad bien aplicada si es de unos pocos, considero que, si está en todos porque tenemos la capacidad de aprender, pero aplicarlo bien hasta funcional es de unos pocos. La creatividad no es solo imaginación y de crear cosas "súper locas", también tiene mucha relación con la funcionalidad. Considero que no todas las personas las pueden aplicar bien porque no aplican técnicas. Siento que la investigación puede ayudar muchísimo tanto en el tema del proyecto como en la búsqueda de un valor agregado.	Si bien es cierto la universidad te brinda las bases también depende mucho de uno mismo para que seguir explorando y aprendiendo. En clases, donde pude desarrollar la creatividad es cuando los docentes nos pusieron retos para desarrollarla. Retos que lleven su imaginación a otro nivel y no tanto del lado teórico, sino explorar.
<b>EM03</b> Nancy Riva	<b>Marca personal:</b> Miss Bambi Quotes. <b>Black Home Newark</b> – Diseñadora gráfica senior.	La creatividad es la capacidad que tenemos los seres humanos de crear. Es una herramienta principal porque necesitamos de ella para encontrar las respuestas correctas ante el problema que queremos solventar. En diseño, en el lado laboral no es lo mismo que en la universidad, si haces un logo la primera propuesta no será la final y creo que parte de esto es la creatividad el poder crear una propuesta adecuada que el cliente necesite. En la agencia de publicidad, la creatividad estaba constantemente en ebullición y llega un punto en que la creatividad se vuelve parte de ti y aprendí que cada persona desarrolla su proceso creativo porque, si una persona es bastante creativa también es fácil que pierda el hilo de la idea sin un proceso viniendo el bloqueo mental.	Una de las cosas que me costó aprender al inicio y de esto depende mucho que uno vaya madurando es con respecto a las críticas de tu trabajo, porque cuando estudias solo te quedar con las críticas del catedrático. Es importante aprender de otras personas y tener esta apertura porque alguien que es altamente creativo es alguien que está abierto a críticas y decir "esto me servirá para mejorar. También el trabajo en equipo te ayuda a encontrarte. En la universidad lleve una clase "Taller de Creatividad" donde el catedrático era de muy poca teoría y era más de actividades sensoriales, y creo que buscar otros métodos no tradicionales es importante. Ahora estamos en un mundo más digital donde es importante ser abiertos a estos nuevos procesos y no quedarse solo con los métodos de antes, así ayuda a acortar procesos. El docente es un guía para el camino del estudiante. Para mí es importante ser ordenado y tienes un proceso creativo bien establecido. Otra parte que me inculcaron mucho fue bocetar y no quedarme con la primera idea. Al tener un proceso me evita divagar en mis ideas y puedo filtrarlas.	Creo que el resultado sin un profesor que no ocupa métodos creativos para enseñar sería muy diferente. El catedrático es esta persona que te va guiando hasta el final. Un mal que tenemos los diseñadores es nuestro orgullo y egocentrismo evitando mostrar la opinión de los demás, pero una persona creativa libre no tiene miedo de mostrar sus ideas ante el mundo. Al final, todos somos creativos, pero son trabas que se nos van presentando las cuales nosotros tenemos que aprender aún más porque serán cosas que nos ayudarán a ser más creativos	Yo tuve jefes que no completaron sus estudios y no significa que no sean creativos, hoy hay muchas plataformas que ayudan a aprender. Yo creo que al final es importante educarnos con las herramientas que tengamos y transformarlo de la mejor forma. A veces les daba pena a algunos compañeros de decir el nombre de su universidad y no es tema de universidad porque no importa de dónde vengas, sino que con las herramientas que aprendiste que puedes hacer cuando estés grande.

# Discusión

Dentro del estudio se tienen tres perspectivas o puntos de vista para poder analizar la metodología docente para el aprendizaje de la creatividad y su efectividad en el campo laboral, las cuales son: el criterio de un docente, un estudiante egresado con trabajo en una agencia publicitaria, y por último una emprendedora con un trabajo In-House y su marca empresarial de productos. Estos tres enfoques describen el escenario actual del aprendizaje, comprensión y aplicación creativa en el ámbito laboral.

La creatividad, para el docente es crear una sinergia importante en el aprendizaje, con ella se analiza el conocimiento y se interpreta de diferentes maneras. Para ello, en la enseñanza es necesario utilizar métodos que sean holísticos (interpretación), heurísticos (uso de procesos), lúdicos (el juego como parte del aprendizaje) y eclécticos (interrelación de diferentes metodologías y técnicas). De las anteriores destaca bastante el uso de técnicas lúdicas dentro de la enseñanza superior. Además, el profesor consultado agrega la importancia del uso de diferentes técnicas de creación de pensamiento creativo tales como los “6 sombreros de Edward Bono”.

Agrega que la persona creativa necesita romper con barreras mentales como prejuicios y paradigmas que tienden a inhibir la ejecución de la creatividad. Existe una paradoja entre la búsqueda de la creatividad y el individuo llamada la Zona de Confort; se busca ser innovador y creativo, pero hay un apego estrecho por el estado del “no arriesgarse”. Agregan los consultados que para esto el profesor aplica un método adicional: El trabajo bajo presión. En ese estado se revelan los diferentes pensamientos como, por ejemplo: “no puedo” “no soy capaz”.

Por último, menciona la importancia de la creación de un ambiente que infunda confianza para la libre expresión por parte del alumno.

Ante las metodologías realizadas por docentes durante su carrera universitaria las repuestas coinciden a que la creatividad es una mezcla entre actitud y herramientas o técnicas. Al recibir un brief o información comercial comienza el proceso creativo y, con ello, su búsqueda en el aspecto diferenciado de su propuesta sobre muchas otras ya existentes. Por ello, en la carrera de diseño es imprescindible el aprendizaje de la creatividad.

Los abordados expresan que han aprendido diferentes métodos para desbloquear su creatividad, la mayoría de ellas basadas en la búsqueda y análisis del entorno como fuente de inspiración y activación de estímulos. Es por ello que muestran mayor valoración positiva por aquellos docentes que le mostraron el marco teórico, pero, también, le enseñaron a interpretar la información del exterior.

Así mismo, coinciden en que los aprendizajes de las diferentes técnicas en los proyectos universitarios permitieron orientarlos a elegir una especialidad en el diseño, tal es el caso del Branding

También, consideran que muchos de sus colegas son muy creativos, pero no asertivos en sus ideas al no ser funcionales debido a la falta de consideración y aplicación de técnicas creativas y metodologías investigativas el cual se convierten de ayuda para descubrir el valor agregado que diferencia a las diferentes propuestas.

Los profesionales del diseño manifiestan que en cada reto se encuentran un camino de continuo aprendizaje para el desarrollo de su creatividad. Desde el punto de vista del emprendimiento la creatividad se considera un punto de apoyo más reflexivo, ya que no solo involucra la comunicación visual o la publicidad, sino también la funcionalidad.

Mencionan que el uso de la creatividad en el entorno laboral es diferente al acostumbrado en la educación superior. Las propuestas, para un cliente, deben ser coherentes, por ejemplo, en una agencia publicitaria el uso de la creatividad es constante y se destaca el proceso creativo como el "freno" que permite mantener el objetivo principal del proyecto y, con ello, evitar un posible bloqueo creativo que inhiba la producción de ideas.

Cuéllar & Vizcaya (2002) sostienen que la Educación Superior no puede sujetarse a una rutinaria preparación profesional, sino que debe ir hacia una formación completa, que estimule la creatividad y la libertad de pensamiento. Un sistema educativo no pide cambiar únicamente por utilizar nuevas herramientas o dispositivos, sino por estimular un verdadero pensamiento creativo.

Diversos escritores concuerdan en que la creatividad debe atenderse desde los primeros grados de la educación formal, con la complicidad de su respectivo entorno familiar, ya que este es vital para ejercer influencia en su desarrollo. Aunque existen varios enfoques pedagógicos considerados como métodos creativos en la educación, todos ellos se basan en la premisa de que los estudiantes pueden alcanzar niveles de creatividad más elevados si se refuerzan prácticas y conocimientos específicos.

Un enfoque innovador de enseñanza-aprendizaje desde los primeros niveles educativos, que incorpore soluciones originales y éticas, puede contribuir significativamente a potenciar la capacidad creativa. Sin embargo, si a lo largo de su formación educativa, el estudiante se ha limitado a repetir y memorizar, es altamente probable que simplemente reproduzca lo que otros han hecho. Es fundamental formar individuos capaces de proponer y defender sus propias opiniones de manera auténtica.

La creatividad del estudiante se fomenta cuando el docente la ejerce en el día a día en el aula. La enseñanza por naturaleza busca cultivar el espíritu creativo en niños y jóvenes al proporcionarles constantemente oportunidades para contrastar opiniones, formas de pensar, sentimientos y acciones. Esto les permite comprender el significado, las posibilidades y las consecuencias de estas diferentes perspectivas, y los expone a otras construcciones personales que les brindan horizontes de exploración más allá de sus propias ideas. (Reyes et al. 2009).

Como ya se mencionó la creatividad se forma sobre el conocimiento reflexivo y lógico, tal como lo sostiene Reyes et al. (2009) El resultado de la formación debe permitir al estudiante orientar su espíritu creador para resolver problemas de forma racional y diferente. En la disciplina del diseño, los docentes son los encargados de transmitir las ideas y recibir un producto original que tenga las características de resolver ese obstáculo de manera distinta a los demás, pero, esto pueden encontrar muchos pretextos tales como: “el profesor es muy anticuado”, “la información sale más rápido si usa inteligencia artificial”, entre otras excusas.

La enseñanza del diseño ha tenido distintas interpretaciones y ubicación en la realidad social, Rivera (2013), P22 citado por Mendivil Gastelum, et al. (2016) afirma: “El diseño es una habilidad creativa para intervenir en la vida de la gente. Por lo tanto, las acciones de los diseñadores tienen implicaciones éticas”.

Ante esto las universidades que han impartido esta disciplina lo han hecho bajo un modelo educativo basado en la creatividad como su eje principal. Sin embargo, el resultado formativo ha provocado comentarios negativos de varios sectores empresariales, al no lograr en algunos casos vincular lo creativo con la realidad comercial.

La premisa anterior suscita interrogantes acerca de la pertinencia de los actuales enfoques de enseñanza de la creatividad en el ámbito del diseño. Es crucial reflexionar sobre si estos enfoques están alineados con la realidad actual, dado que tanto la enseñanza como la propia creatividad han experimentado una evolución significativa. La creatividad ya no se limita únicamente a la creación de objetos, sino que se ha expandido hacia una conceptualización más amplia. En consecuencia, es fundamental que se le permita proyectarse como un proceso que aborda problemas de manera integral y resolutiva.

Algunos docentes de diseño enseñan a base de experiencias propias y contenidos prácticos con técnicas creativas como los que aprendió en su vida universitaria. Aunque, se debe advertir que las capacidades y las competencias en una profesión cambian debido a su relación con el desarrollo de la sociedad humana y los cambios tecnológicos.

Por lo tanto, y tal como lo sostiene García Retana, (2011) el contexto en el que se desenvuelve la sociedad plantea la necesidad de desarrollar nuevos modelos educativos que considere los procesos cognitivo-conductuales como comportamientos socio afectivos, incluyendo métodos creativos tales como: Aprendizaje basado en proyectos, pensamiento divergente, aprendizaje basado en el pensamiento visual y crítico, resolución de problemas, entre otros. Estos proporcionan oportunidades para que los estudiantes desarrollen su pensamiento creativo, imaginación, originalidad y habilidades para resolver problemas. Al implementarlos, los educadores podrían fomentar un ambiente propicio para el crecimiento creativo de los estudiantes.

Es de tener en cuenta que la enseñanza del diseño está orientada para que la persona adquiera competencia y habilidades sobre comunicación visual, en este sentido y teniendo en cuenta el desarrollo tecnológico, al diseñador se le posibilita encontrar nuevos campos de acción a los tradicionales (marketing y publicidad) y que hoy se aglutinan en las llamadas industrias creativas y culturales, donde la visión empresarial individual o emprendedora se abren paso de forma independiente, crea un panorama competitivo desde el momento mismo que nacen las ideas y que utilizan la innovación y creatividad como una manera de obtener esa ventaja competitiva.

El objetivo de indagar los argumentos de una formación creativa se deriva que actualmente la creatividad es vista como una competencia que todos los profesionales, entre ellos los diseñadores, deben de adquirirla para trabajar de manera inter disciplinaria y ofrecer soluciones a problemas complejos.

Los docentes de diseño de una institución de educación superior tienen como propósito preparar a los jóvenes para saber desempeñarse en ese contexto de empleabilidad o emprendimiento, pero se ha observado que en una carrera definida como "creativa", tal como es el diseño, la forma de aprendizaje de la creatividad es a través de modelos orientados a la parte estética que contrasta con la evolución del concepto y su función actual. Una comprensión equivocada de la creatividad y su relación con el diseño podría estar derivando en: una práctica errónea o limitada del proceso creativo de diseño, con poco o ningún impacto en términos de innovación.

Por lo anterior es necesario preguntarse ¿Cuál es la incidencia en el aprendizaje de la creatividad por parte de docentes de diseño en la educación superior y cómo la realizan en la actualidad?

Los entrevistados también coinciden en destacar la asignatura del plan de estudio de la carrera de diseño, conocida como “Taller de Creatividad”, donde aprendieron el uso de métodos no convencionales que buscaban la inspiración sensorial. Pero, además, señalan que debido a la actualización digital acortar los procesos aprovechando nuevos métodos en el desarrollo del trabajo. Dentro de estas metodologías se debe ser ordenado y, preferiblemente ejerce la boletería para evitar “la primera idea”. La práctica metodológica adquirida en la universidad evita divagar en las ideas y sirven como filtro para la evaluación de propuestas creativas.

Un entrevistado afirma que “Una persona libre no tiene miedo de mostrar sus ideas al mundo... pero hay obstáculos que se van presentando donde se puede aprender para ser más creativos”.

# Conclusiones

Ante la pregunta inicial ¿Cuál es la importancia de la creatividad en la educación superior de diseño gráfico y de la enseñanza de la creatividad a la acción? Se puede concluir lo siguiente:

La conexión entre la enseñanza y el aprendizaje del diseño, al igual que en todas las disciplinas está encaminada por el docente y su capacidad para encaminar a los estudiantes hacia los desafíos que puedan enfrentarse en la práctica profesional, integrando elementos como la creatividad en los contenidos académicos a través de diversos métodos.

Es fundamental el fomentar el desarrollo de la creatividad en los estudiantes, ya que esta habilidad es esencial para resolver problemas de manera original y diferenciarse en un mundo laboral que cada día se vuelve más competitivo. El aprendizaje es una práctica indispensable para el correcto desarrollo tanto personal como profesional en cada uno de los estudiantes, haciendo así que el adquirir conocimientos y retenerlos pueda tener una mejora significativa al momento de aplicarlos de manera efectiva; Ya sea en su entorno laboral o académico para tener mejores resultados en cada una de sus actividades.

Por otra parte, el desarrollo de ambas debe ser estimuladas desde los primeros niveles educativos, puesto que ambos aspectos son especialmente importantes, debido a su contribución en la formación de profesionales innovadores y capaces de proponer soluciones originales y éticas. Los docentes desempeñan un papel valioso en el fomento de la enseñanza de la creatividad, ya que, al ejercerla y promoverla en el aula, dan la apertura a oportunidades para que los estudiantes exploren diferentes perspectivas, construyendo y contribuyendo a su futuro.

Es necesario reflexionar sobre los enfoques actuales de enseñanza de la creatividad en el diseño y asegurarse de que estén alineados con la realidad actual, abordando los problemas de manera integral y resolutive, todo esto por medio de técnicas y metodologías que permitan hacer propuestas funcionales y diferenciadas, además de usar los avances tecnológicos a favor para la resolución de problemáticas.

También, es relevante mencionar cómo los docentes buscan adaptarse a los cambios en la sociedad y la tecnología, actualizando constantemente sus conocimientos y habilidades para proporcionar una educación relevante y preparar a los estudiantes para los desafíos que pueden afrontar siendo profesionales.

Un aprendizaje adecuado de la creatividad y la construcción de un espacio de confianza entre docente y alumno desempeña un papel fundamental en el campo laboral, diferentes puntos de vista reconocen la importancia de aplicar metodologías y técnicas creativas que permitan fomentar el superar barreras mentales, filtrar ideas, generación de propuestas creativas, diferenciadas y funcionales en el campo laboral.

# Bibliografía

● Acevedo Borrego, A. Cachay Boza, O. Linares Barrantes, C. (2016). Los estilos convergente y divergente para resolución de problemas. La perspectiva de los sistemas blandos en el aprendizaje por experiencias. *Industrial Data*, vol. 19, núm. 2, julio-diciembre, 2016, pp. 49-58. DOI: <https://doi.org/10.15381/idata.v19i2.12815>

● Amarilis, E. (2005). Las estrategias instruccionales: ¿desarrollan la creatividad de los estudiantes de Diseño Gráfico? *Revista de Artes y Humanidades UNICA*, 6(13), 35-47. <https://www.redalyc.org/pdf/1701/170121652003.pdf>

● Asociación Nacional de Psicología Evolutiva y Educativa de la Infancia, Adolescencia y Mayores. (2014) La influencia de la memoria y las estrategias de aprendizaje en relación a la comprensión lectora en estudiantes de educación primaria *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, vol. 6, núm. 1, 2014, pp. 343-350.

● Camizán García, H., Benites Seguí L. & Damián Ponte, I. (2021). Estrategias de aprendizaje. *Tecnohumanismo*, 1(1), 152-172. <https://doi.org/10.53673/th.v1i8.40>

● Cuello, Pablo, & Vizcaya, Morela M. (2002). Uso de técnicas de enseñanza para desarrollar el potencial creativo en los estudiantes del programa de educación integral de la upel - ipb. *Investigación y Postgrado*, 17(1), 83-113. [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1316-00872002000100004&lng=es&tlng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-00872002000100004&lng=es&tlng=es).

● Creatividad e innovación: competencias genéricas o transversales en la formación profesional. (2015). *Revista virtual Universidad Católica del Norte*, núm. 44, febrero-mayo, 2015, pp. 135-151  
<https://www.redalyc.org/pdf/1942/194238608010.pdf>

● Estéfano, R. (2013) Conocimiento y aplicación de estrategias de aprendizaje por profesores de educación superior a distancia. *Zona Próxima*, núm. 19, julio-diciembre, 2013, pp. 21-38. <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/zona/article/view/3959/3430>

● De la Torre, S. & Violant, V. (2002) Estrategias creativas en la enseñanza universitaria [http://www.ub.edu/sentipensar/pdf/saturnino/estrategias\\_creativas\\_universitaria.pdf](http://www.ub.edu/sentipensar/pdf/saturnino/estrategias_creativas_universitaria.pdf)

● García Retana, José Ángel. (septiembre-diciembre, 2011). Modelo educativo basado en competencias: importancia y necesidad. *Revista Electrónica "Actualidades Investigativas en Educación"*. Universidad de Costa Rica, Volumen 11, N°3, pp 1-24. <https://www.redalyc.org/pdf/447/44722178014.pdf>

# Bibliografía

● Jiménez, M. (2006). Creatividad. Papeles del Psicólogo, 27(1), 31-39. <https://www.re-dalyc.org/articulo.oa?id=77827105>

● Mendívil Gastelum, C. Martínez Espinoza, C & Camacho Bobadilla, C.I. (2016). Enseñanza del diseño gráfico: lo que se dice y lo que se hace. Instituto Tecnológico de Sonora. México. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2061/1/Ense%C3%B1anza%20del%20Dise%C3%B1o%20Gr%C3%A1fico.pdf>

● Mongeotti, R., & Ramírez, P. (2001). La creatividad hacia un modelo psicológico explicativo. Revista Scielo, 18(3).<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rcp/v18n3/05.pdf>

● Muñoz Silva, F., Luna Guevara, J. & López Regalado, O. (2021). El pensamiento creativo en el contexto educativo. Revista Científica de la UCSA, 8(3), 39-50. Epub December 00, 2021.<https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2021.008.03.039>

● Cárdenas Martínez, L. (2019). La creatividad y la educación en el siglo XXI Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia Revista Interamericana de Investigación, Educación y Pedagogía, vol. 12, núm. 2, pp. 211-224, 2019 Universidad Santo Tomás

● Reyes-Sánchez, L. & Gómez M., Margarita R. (2009). Creatividad: factor indispensable en la educación y recurso para la enseñanza interdisciplinaria de la ciencia del suelo. Terra Latinoamericana, 27(3), 265-272. DOI: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-57792009000300011&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57792009000300011&lng=es&tlng=es).

● Real Academia Española. RAE (2023). <https://www.rae.es/desen/aprendizaje>

● Sánchez Borrero, G. (2020). La enseñanza del diseño a través del Diseño Social y las nuevas tecnologías. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, (84), 129-146. <https://dx.doi.org/10.18682/cdc.vi84.3747>

● Sánchez Borrero, G. (2021). La enseñanza del Diseño Gráfico con aprendizaje autodeterminado. Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación, (135). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi135.5034>

● Santaella, Maribel. (2006). La evaluación de la creatividad. SAPIENS, 7(2), 89-106. [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1317-58152006000200007&lng=es&tlng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1317-58152006000200007&lng=es&tlng=es)

