

Implicaciones de los docentes de diseño en la estimulación de la creatividad

Rodolfo Alirio Cornejo Fajardo⁽¹⁾

Resumen: La primera tarea para la enseñanza de la creatividad en cualquier nivel educativo es inferir métodos activos, prácticos y cognitivos, para abordar de manera efectiva a los estudiantes de modo que puedan comprender en profundidad los contenidos teóricos y sean capaces de aplicarlos de formas novedosas en el ámbito laboral. El rol del docente de diseño en la difusión de este conocimiento es crucial, ya que la propia experiencia demuestra que todas las actividades pertinentes a la disciplina deben someterse a un pensamiento creativo. Este artículo se basa en los resultados de un estudio que tiene el objetivo de comprender cómo las percepciones, enfoques y métodos que utilizan los docentes de diseño para incentivar y promover el aprendizaje de la creatividad entre sus estudiantes, en relación con los futuros entornos laborales y profesionales. En una institución de educación superior, los docentes de diseño buscan preparar a sus estudiantes para desempeñarse en contextos de empleabilidad o emprendimiento. Sin embargo, se ha observado que, aunque se dice que las carreras de diseño son “creativas”, la creatividad suele enseñarse a través de modelos enfocados en lo estético, lo cual contrasta con la evolución del concepto del diseño y su función actual. No comprender lo que esta implica o su relación con el diseño podría derivar en prácticas que limiten no solo el proceso creativo de diseño, sino también la competencia creativa, con poco o ningún impacto en términos de innovación.

Palabras clave: Aprendizaje - Creatividad - Educación - Docencia - Diseño

[Resúmenes en castellano y en portugués en las páginas 208-209]

⁽¹⁾ **Rodolfo Alirio Cornejo Fajardo** de la Universidad Don Bosco (El Salvador), es publicista y docente-investigador universitario. Graduado en licenciatura en Comunicaciones, y maestría en Administración educativa en la Universidad Latina de Costa Rica, Doctorando en Educación. Desde 2005 trabaja como docente - Investigador en la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad Don Bosco en El Salvador. Además de haber laborado en otros centros tales como, Universidad de El Salvador, Dr. José Matías Delgado, Tecnológica y Universidad Católica de El Salvador, UNICAES.

Es autor de varios estudios referentes al área de mercadeo e industrias creativas, entre ellos, El ámbito laboral del diseñador gráfico en El Salvador, así mismo ha publicado libros y artículos referentes a la enseñanza del Diseño Gráfico, tal es el caso del estudio titulado Análisis comparativo del diseño gráfico en El Salvador. Es colaborador de investigación regional sobre la enseñanza en Latinoamérica del Diseño y de la Red Iberoamericana: In-

novación y Transferencia Tecnológica en Fabricantes de Muebles (RITMMA). Así mismo, ha realizado estudios como La satisfacción de la formación emprendedora dentro de la disciplina del diseño gráfico en El Salvador, y está investigando la temática sobre el diseño como metodología de innovación en las empresas salvadoreñas y la creatividad en el diseño gráfico.  CID: 0000-0003-3208-1514

Introducción

Los vínculos existentes entre docencia y diseño siempre serán definidos por el conocimiento y experiencia, es decir, aprender a elegir información que permita orientar a los estudiantes en su preparación para los desafíos del ejercicio profesional en cualquier contexto social y económico.

Actualmente, todo estudiante tiene acceso a información diversa y abundante de lo cual se puede inferir que se vuelve más fácil aplicarla al proceso creativo de una carrera de diseño o universitaria. Sánchez Borrero (2020) afirma que los estudiantes pueden ser más creativos debido al mayor conocimiento que pueden adquirir por la amplitud de canales y medios de comunicación, lo cual se vuelve una ventaja académica.

En este contexto, aprender diseño ha cambiado desde para hacer destacar armónicamente un objeto o un mensaje hacia resolver problemas de manera diferente utilizando un pensamiento creativo, dejando a un lado los tradicionales métodos de aprendizaje basados en recibir información para fomentar la intuición y el gusto estético personal.

El aprendizaje a lo largo de la historia se ha considerado como una práctica importante para el desarrollo personal y social, ya que con la ayuda de las experiencias adquiridas y la información actualizada se puede cambiar perspectivas, habilidades y pensamientos para comprender la naturaleza del pensamiento humano. El Diccionario de la Real Academia Española, RAE (2023), explica el vocablo “aprendizaje” como el adquirir una conducta para siempre. Lo cierto es que cualquier persona aprende por distintos procesos que involucran tres estados: 1. Adquirir, 2. Retener y 3. Aplicar el conocimiento. Camizan García *et al.* (2021) agrega que el aprendizaje se adquiere a través de procesos educativos y la propia experiencia en la vida, 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 conocimiento se adquiere a través de una variedad de procesos cognitivos, incluida la percepción, la memoria, la experiencia, entre otros. El retener es una función neurocognitiva que permite registrar, codificar, consolidar, guardar, recuperar y traer información cuando la necesitamos. Según Muelas Plaza (2014), este proceso está intrínsecamente ligado a la memoria y comienza de manera sensorial para luego convertirse en parte del comportamiento humano.

El aprendizaje se completa al aplicar los conocimientos, los cuales, según Estefano (2013) son habilidades y conocimientos específicos que se desarrollan y que todo docente debe saber motivar para alcanzar un objetivo claro. En relación con la creatividad, se trata de

adquirir y practicar actitudes que son propias del comportamiento humano, como la imaginación, el interés y la observación.

Cualquier tipo de procesos de aprendizaje creativo se debe tener en cuenta el desarrollo de la capacidad de reflexión y la generación de nuevas alternativas. Acevedo Borrego *et al.* (2016) consideran que lo reflexivo o convergente es descriptivo y enfocado y 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, sensitiva e imaginativa, además emplea técnicas novedosas para obtener una adecuada retroalimentación. En la actualidad la creatividad la utilizan los diseñadores para resolver los problemas de comunicación visual involucrando al usuario o público a quien se dirigen. Las definiciones de creatividad coinciden que se trata de una actividad que está en constante cambio y que combina tanto la lógica como la capacidad de adaptación, por ejemplo, Guilford (1959) definió 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) que lo miraba como el proceso de descubrir problemas o algunas de información, formar ideas o hipótesis, probarlas, modificarlas y comunicar los resultados. Santaella (2006) establece que 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.

A partir de estas ideas fundamentalistas, se puede llegar a la conclusión de que la creatividad es la capacidad propia del ser humano para organizar de manera original los elementos fundamentales dentro de un ámbito ordenado y lógico, lo cual, a su vez, permite aproximarse y resolver problemas del entorno mediante nuevas formas y contenido, tal como sucede en el ámbito educativo. Además, se puede señalar que el aprendizaje de la creatividad requiere ser abordado tanto de manera general como específica. Cada nivel educativo o disciplina cuenta con sus propios enfoques didácticos, estrategias de enseñanza, procesos de aprendizaje, entornos educativos, docentes y estudiantes.

Hoy en día las instituciones educativas están cambiando debido al poder de la tecnología. Según Cárdenas (2019), las habilidades que necesitan desarrollar los profesores han evolucionado. Ya no basta con transmitir conocimientos, sino que deben ser creativos e innovadores en la práctica docente. Los docentes, especialmente aquellos que trabajan en las universidades, están influenciados por su experiencia y deben tener una mentalidad abierta para el cambio (De la Torre y Violant, 2002). Como resultado, se espera que los docentes se adapten a las nuevas ideas de desarrollo y otras actividades que fomenten la participación en la formulación de estrategias comerciales.

Estos cambios significativos son producto de la influencia de la tecnología. Aunque, no se puede precisar si esta incidencia es positiva o negativa en la formación de los profesionales, ya que la constante cercanía de herramientas “inteligentes” ha desviado la atención de los estudiantes tanto dentro como fuera del entorno educativo. Cuellar y Viscaya (2002) sostienen que la educación superior no puede estar condicionada por el instrumentalismo sino por una formación tradicional que avance hacia una educación que estimule la creatividad y la libertad de pensamiento. El sistema educativo no solo requiere cambios de nuevas herramientas o equipos, sino también saber cómo usarlos a través de un pensamiento creativo.

Algunos diseñadores coinciden en que la creatividad debe abordarse desde los primeros grados de la educación formal, involucrando a la vez al entorno familiar. Para ello existen varios enfoques pedagógicos basados en fortalecer ciertas prácticas y conocimientos específicos, pero, también es importantes las metodologías utilizadas, ya que son la base fundamental para aplicar el aprendizaje de la creatividad, la cual se ha transformado en una herramienta para solucionar dificultades.

Un enfoque creativo de enseñanza-aprendizaje desde las primeras etapas educativas, que incluya soluciones originales y éticas, puede contribuir significativamente a incrementar la personalidad creativa del individuo. Sin embargo, si el alumno se limita a repetir y memorizar a lo largo de su formación, es muy probable que simplemente esté repitiendo lo que otros han hecho. Es importante formar personas que sepan expresar y defender sus opiniones de forma original. El estudiante no nace creativo, se le fomenta la creatividad si el docente también la practica todos los días en el aula. El propósito de la educación es también sustentar el ánimo creativo de los jóvenes, ofreciéndoles constantemente oportunidades de contrastar opiniones, sentimientos y acciones, además, de hacerles comprender las implicaciones de estas diferentes perspectivas de sus propias ideas (Reyes *et al.* 2009). Además, el aprendizaje de la creatividad consiste en adquirir un conocimiento reflexivo y lógico, que permita buscar una alternativa de la realidad. Reyes *et al.* (2009) lo amplía al decir que el resultado de la educación es brindar al estudiante la oportunidad de dirigir su ímpetu creativo para resolver problemas de manera sensata y diferente. En el campo del diseño, los docentes son responsables de transmitir ideas y obtener un producto original que tenga las características para resolver un problema de carácter visual de una manera diferente a los demás, aunque para esto siempre se pueden encontrar excusas, como, por ejemplo: “siempre se ha hecho así” o “el cliente lo quiere de esta manera”, entre otros.

La enseñanza del diseño ha tenido distintas interpretaciones y ubicación en la realidad social y comercial, Rivera (2013, p. 22 citado por Mendivil Gastelum, *et al.* 2016) afirma que El diseño es una habilidad creativa que afecta la vida de las personas. Por lo tanto, las acciones de los diseñadores tienen implicaciones éticas y originales. Ante esta situación, las universidades que incluyen en su oferta educativa la disciplina del diseño han adoptado un modelo de enseñanza centrado en la creatividad como elemento principal. No obstante, los resultados obtenidos han recibido críticas desfavorables en ámbitos empresariales, ya que en ciertos casos la creatividad no ha logrado establecer una conexión exitosa con la realidad comercial.

El planteamiento anterior despierta cuestionamientos sobre la continuidad de estos enfoques de enseñanza del diseño. Es de considerar que tanto la educación como la creatividad han experimentado cambios significativos y cada vez son más ajustado a una realidad. La creatividad ha dejado de ser un elemento exclusivo imagino-sensorial y su enseñanza se ha extendido a satisfacer necesidades más amplias. Por lo tanto, es válido proponer que ambos pensamientos se proyecten como parte de un proceso que tenga como propósito solucionar un problema de comunicación visual de manera integral y diferente.

Algunos docentes de diseño de la Universidad Don Bosco del El Salvador optan por transmitir sus conocimientos a través de sus experiencias personales y contenidos prácticos utilizando técnicas educativas que ellos mismos aprendieron durante su etapa universitaria. 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. Sin embargo, es importante tener en cuenta que estas transformaciones pueden tener un impacto significativo en el campo laboral. Por lo tanto, es necesario estar preparado y adaptarse constantemente para seguir siendo competitivo en el mercado laboral en constante evolución.

De acuerdo con García Retana (2011) el entorno en el que vivimos demanda la creación de enfoques educativos innovadores que abarquen el aspecto cognitivo-conductual como parte de nuestras interacciones sociales, incorporando métodos novedosos como el aprendizaje basado en proyectos, el pensamiento divergente, el aprendizaje basado en el pensamiento visual y crítico, la resolución de problemas, entre otros. Estas oportunidades brindan a los estudiantes de diseño la posibilidad de potenciar su pensamiento creativo, su imaginación, su originalidad y sus habilidades para resolver problemas. La implementación de estos métodos también permitiría a los docentes crear un ambiente favorable para el desarrollo creativo de los alumnos.

Es importante tener en cuenta que la enseñanza del diseño se enfoca en que la persona adquiera competencias y habilidades en comunicación visual. Con el avance tecnológico, los diseñadores tienen la oportunidad de explorar nuevos campos de acción más allá de los tradicionales como el marketing y la publicidad, así mismo en áreas específicas las industrias creativas y culturales, donde la visión empresarial individual o emprendedora puede abrirse camino de forma autónoma. Esto crea un panorama competitivo desde el momento en que se generan ideas, utilizando la innovación y la creatividad como ventaja competitiva.

En la actualidad, se considera que la creatividad es una habilidad indispensable para los profesionales en todos los campos, incluyendo a los diseñadores. Por lo tanto, es importante comprender los argumentos que respaldan la formación de los diseñadores, con el fin de fomentar el trabajo interdisciplinario y ofrecer soluciones a problemas complejos.

Por lo anterior es necesario preguntarse *¿cómo inciden los docentes de diseño en la educación superior en el aprendizaje de la creatividad?*

Metodología de la investigación

El problema

Se ha establecido que los profesores de diseño preparan a sus estudiantes para desempeñarse en el ámbito laboral o sus propios emprendimientos a través de modelos que se centran en la armonía visual, aunque esto contradice con el desarrollo del diseño y su práctica actual. No entender lo que implica la creatividad o cómo se relaciona con el diseño puede llevar a prácticas conservadoras o a tener poco o ningún impacto en la innovación de productos o servicios.

Por ello el estudio tiene como 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. El objeto de estudio el aprendizaje de la creatividad de parte de alumnos de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad Don Bosco.

Tipo y enfoque de investigación

El tipo de investigación es básica con enfoque cualitativo. Esto permitió dirigir una perspectiva metodológica al estudio de caso, tal como lo recomienda Creswell (2011), en abordar el problema de manera general, eligiendo un caso para obtener información detallada de varias fuentes. El estudio de caso fue elegido para proporcionar una descripción detallada de un fenómeno en un momento en que el aprendizaje y la aplicación del diseño están cambiando, y también podemos compararlo con otras situaciones de aprendizaje que existen en las universidades que enseñan diseño en El Salvador.

Muestra

El estudio se realizó entre profesores de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad Don Bosco de El Salvador, considerada actualmente uno de los referentes en la educación en diseño del país. Esta elección se basó en la disponibilidad de información que facilitó evaluar la relación entre la teoría y la práctica de la disciplina entre los profesores universitarios. Se utilizó el método de muestreo no probabilístico en el cual la selección se realizó convenientemente considerando el acceso y el tiempo de los informantes que fueron seleccionados por su experiencia docente y conocimientos especializados. También, se buscó información en planes y programas de estudios de las materias seleccionadas. La muestra del estudio incluyó a 10 docentes directamente involucrados en el aprendizaje e implementación de la creatividad. Además, se visitaron las aulas de la Escuela de Diseño de la Universidad Don Bosco de El Salvador para la observación de clases y analizar fenómeno del aprendizaje, los obstáculos emocionales e infraestructurales que tiene en la enseñanza de la creatividad (*Ver Tabla 1*).

Tabla 1. Descripción de participantes

Participantes			
Participante	Profesión	Años docencia	Perfil del participante
Carolina Ch. Dis	Diseño Gráfico	Más de 20 años	Profesora en varias universidades de El Salvador que imparten la carrera de diseño gráfico
Claudia E. Dis	Diseño Gráfico	Más de 15 años	Maestra de materias como Estrategias de Marca , Innovación, Creatividad e Innovación
Andrea E. Dis	Diseño Gráfico	Más de 7 años	Profesora en el primer ciclo de la carrera de diseño, ha impartido asignaturas tales como: Lenguaje Visual, Investigación del usuario
Aníbal E. Dis	Diseño Gráfico	Más de 7 años	Profesor del área de Dibujo natural y técnico
Fernando E. Dis	Diseño Estratégico	Más de 10 años	Profesor de Técnicas Fotográficas. Tiene su propia empresas, ha realizado numerosas exposiciones artísticas de su trabajo
Miguel E. Dis	Diseño Gráfico	Más de 3 años	Profesor de asignatura de primer y tercer ciclo en Universidades que especializan en el diseño. Tiene su propia empresa.
Ramón E. Dis	Comunicador	Más de 20 años	Especializado en impartir asignaturas relacionadas con la creatividad , marketing y publicidad
Gracia E. Dis	Diseño Gráfico	Más de 5 años	Es profesora de la asignatura de Creatividad desde hace 5 años.
Alex E. Dis	Diseño Gráfico	Más de 3 años	Profesor en varias carreras y materias, como fotografía, Edición de Imágenes Vectoriales, entre otros
Armando E .Dis.	Diseño Gráfico	Más de 3 años	Profesor de asignaturas referente a la publicidad. Trabaja como Director Creativo en una empresa local

Fuente: elaboración propia

Se utilizaron métodos como grupos focales, entrevistas y observaciones *in situ*. Los resultados permitieron comprender cómo se enseña la creatividad a los futuros diseñadores gráficos y los métodos utilizados; además, se obtuvo opiniones de docentes que ejercen la profesión

Al analizar los resultados, se complementó con una reducción de datos, es decir, la información fue organizada en temas según el nivel de importancia, luego se categorizaron mediante un proceso inductivo. Para ello se clasificaron las respuestas de cada entrevista según criterios específicos del docente, teniendo en cuenta las experiencias o valoraciones comunes.

Los resultados fueron interpretados sobre la base en la experiencia académica y laboral de los entrevistados. La investigación se realizó según el criterio de estricta aplicación de la metodología cualitativa, se aseguró previamente que cada pregunta formuladas en los respectivos cuestionarios fuera comprendida por los informantes; A la vez fueron explicada de manera confiable y creíble.

En el análisis de datos se utilizó la triangulación de perspectivas teóricas con los juicios crítico de los docentes

Resultados

Las respuestas fueron clasificadas en cuatro temas centrales, luego agrupadas en categorías y codificadas para un mejor ordenamiento. A continuación, se muestran/explican/etc. los hallazgos más importantes:

• Enfoques del aprendizaje creativo del diseño

Los profesores consultados sostienen que el diseño en El Salvador ha evolucionado, tanto en su aprendizaje como en su enseñanza, antes era todo creatividad, y poca metodología, y estas eran repetitivas, se ajustaban a la realización de piezas gráficas, por ejemplo, los métodos de Bruno Munari o Christopher Jones; ahora los enfoques y aplicación del diseño han variado y ambos deben adaptarse a las circunstancias comerciales y agregaron que hoy la enseñanza del diseño está orientada de tal manera que los alumnos aprendan a observar y sean empáticos con el público a quien se dirigen y a la vez sean prácticos con la realidad de los mercados comerciales.

Carolina Ch. Dis dice al respecto: en este escenario, el docente de la disciplina diseño gráfico tiene un papel importante en la transferencia de conocimientos, es una persona clave para transformar los fundamentos teóricos a una buena gestión creativa. No hablamos de un profesor que enseña a repetir contenidos de una materia, sino del profesor que orienta a resolver problemas de comunicación visual dentro de los límites de la realidad social y económica actual.

Sin embargo, los profesores comentan que, en algunas universidades, se continúan centrandose su enseñanza en elementos prácticos, como conceptos básicos de realización, estética o el equilibrio visual de una imagen; Ignorado una perspectiva más práctica que ayude a los estudiantes a diferenciarse creativamente entre agentes activos sociales y/o económico. También, asumen que el aprendizaje del diseño se ha desarrollado tradicionalmente en contextos basados “en el hacer”. La creatividad aparecía con los “talleres de clases”, en donde los estudiantes se involucraban en procesos de simulación prácticos. El objetivo era que los estudiantes conocieran un entorno real y pudiese realizar diversos ejercicios experimentales que les ayudara a su formación.

Hoy en día, los alumnos están utilizando una variedad de enfoques para su aprendizaje, incluyendo el Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP), que les permite abordar problemas del mundo real y desarrollar sus habilidades y conocimientos técnicos a través de un extenso trabajo creativo. El propósito es potenciar la creatividad en el diseño (Claudia E. Dis).

• Percepción de los docentes sobre la creatividad

De acuerdo a la información recolectada, la percepción sobre la creatividad de los profesores de diseño puede variar dependiendo del conocimiento y la experiencia docente. Sin embargo, hay algunos aspectos comunes que los educadores coinciden, tales como: la creatividad tiene un propósito educativo, además es parte de lo sensorial de las personas y que al aplicarlo al diseño es para obtener resultados originales.

Cada docente tiene sus propias percepciones de la creatividad, y decide cómo aplicarla en el aula basándose en sus propios valores, creencias y en las metas que espera lograr con cada proyecto. Se añade que buscan ir más allá de lo teórico para crear objetos o productos únicos que proporcionen a sus alumnos una ventaja competitiva.

Están de acuerdo en que es importante fomentar el pensamiento creativo en los alumnos, esto debe ser enfatizada de manera clara y sin ambigüedades. Reconocen que, como responsables de alentarlos, también tienen la facultad de limitar la expresión creativa si no se utilizan las herramientas, proyectos y evaluaciones adecuadas en el aula.

La creatividad es un bien intangible que ofrece el diseñador, no es como el jabón de una determinada marca que se conoce la materia prima y el resultado del proceso; el diseño es lo mismo, no lo podemos apreciar, pero es un activo muy grande para las marcas, y es por eso que las empresas buscan personas creativas para ofrecer mejores productos (Miguel E. Dis).

Los docentes jóvenes dicen que la creatividad es algo inherente al diseño, y el uso de herramientas tecnológicas es indispensable para su desarrollo, en cambio los docentes con experiencia ven la creatividad como una mezcla de imaginación, habilidad de pensamiento que se puede desarrollar en talleres vocacionales y prácticos en el salón de clase, lo cierto es que ambos coinciden que es una herramienta indispensable que contribuye a la innovación de cualquier propuesta de comunicación visual.

Coinciden en que la creatividad y la imaginación no son lo mismo. La primera puede considerarse como una cualidad humana que puede utilizarse en todos los aspectos de la vida y que puede desarrollarse a través de la educación, el pensamiento o imaginación es la capacidad de difundir ideas y utilizarlas como una alternativa a la realidad.

Para obtener resultados originales no solo basta la aplicación, intención del docente, ni la imaginación, sino también de las sensaciones que el alumno de diseño logre captar de su profesor, es necesario esta combinación de factores para que la creatividad esté presente en cada proyecto (Andrea E. Dis).

• Práctica docente en el aprendizaje de la creatividad

Todos los docentes consultados coinciden en sus respuestas a que los objetivos de enseñar procesos creativos en una clase se logran a través de actividades importantes como: la pla-

nificación de los conocimientos, fuentes de información fidedigna y el tipo de evaluación que se realice.

Para influir en los alumnos los docentes deben usar también creatividad, ya que como se dice es una herramienta que despierta interés, impacta, y que abre la mente a los estudiantes, pero, dependerá mucho del nivel de organización que tengan los contenidos, la asignatura o curso que se vaya a impartir (Aníbal E. Dis).

Los docentes que participaron en el estudio enfatizaron la importancia de planificar los contenidos que se quieren transmitir, anticiparse es un elemento decisivo, ordenar la información es familiarizarse con el alumno, es llegar a saber qué lenguaje utilizan, que información necesitarán qué fuente confiable deberán de tener o buscar. Es pensar en los detalles y en los obstáculos que pueden surgir.

Por ello, como dice Fernando E. Dis: “las primeras lecciones del semestre suelen centrarse en una información teórica e informativa de cualquier proyecto, este contenido ayuda a comprender el contexto en el que se desarrolla el aprendizaje. Pero, es importante que se conozca que todo aquello desarrollado en el campo teórico se ha llevado con coherencia y credibilidad al campo práctico. Es un tema muy recurrente y discutible que solo la experiencia docente ayuda a solventarlo”.

Para los informantes es importante obtener soluciones creativas en los distintos proyectos, pero, si no se ha organizado y brindado fuentes de información confiable y adecuada al contexto los resultados no serán las esperadas. Según ellos, la información que se proporciona desde un inicio es vital para la comprensión de todo proyecto.

También coinciden en que elegir las evaluaciones adecuadas promoverá la creatividad en el aula. Sostienen que la experiencia de los profesores con este tipo de temas les ayudará a elegir la mejor forma de evaluar la creatividad. Puede elegir entre evaluaciones formales que se realizan de forma transparente y evaluaciones informales que permiten a los estudiantes reflexionar. Agregan, que muchas veces no es necesario calificar de manera cuantificada, pero, se deben de ser creativo al momento de establecer los criterios de evaluación y así ajustarse a las normativas del sistema educativo.

• **Incidencia de la metodología en el aprendizaje creativo**

Con respecto a la metodología utilizada los docentes que participaron en el estudio consideran que la motivación es el principal promotor de la creatividad.

Alex E Dis, lo formula de la siguiente manera: Simplemente doy ánimo, oriento a buscar, a ser crítico e investigar. Es por ello que se le puede brindar al estudiante varias oportunidades para que su idea creativa no se pierda.

Andrea E Dis, considera: Actualmente las mejores herramientas para desarrollar la creatividad es el uso de la TIC, ya que lo justifica que a partir de la pandemia el aprendizaje cambio y las herramientas lúdicas se relacionan con la experiencia real.

Ramón E. Dis, afirma: los resultados creativos se obtienen de mejor forma por medio del trabajo en grupo. Realizo talleres cortos, repentinas aplicando los aspectos teóricos aprendidos en la semana. Es este espacio se combina técnicas manuales y digitales.

También manifestaron que unas de las preocupaciones en la aplicación de cualquier metodología de trabajo están: el tipo de apertura o acompañamiento que se le va a brindar al estudiante. De hecho, los informantes coinciden que es habitual que los estudiantes se acerquen al docente en busca de orientación para su proyecto y afirman que es de gran importancia flexibilizar la atención para adaptarla a las necesidades e intereses de cada alumno.

Entre otros métodos, se observó el empleo de dinámicas recurrentes por los docentes, el manejo de preguntas que desafían al alumno y el incentivo de pensar sobre los contenidos para encontrar soluciones del proyecto. Al respecto, algunos alumnos mostraban entusiasmo cuando el docente preguntaba, pero, la mayoría esquivaban responder los cuestionamientos. Sin embargo, el aprendizaje de la creatividad tiene sus límites cuando las aplicaciones de las técnicas de diseño son limitadas o equivocadas. La experiencia docente señala que los bloqueos creativos comienzan con malas indicaciones, a lo que se agrega la falta de lectura y el escaso hábito de pre visualizar las ideas. Pero, también estos obstáculos se originan con el mal uso de la tecnología o la falta de conectividad, tal como le dice Claudia E. Dis: “Ante los fallos de la conexión internet siempre estará la alternativa como lo lúdico, lo manual o lo instrumental”.

Discusión de los resultados

De acuerdo a las opiniones de los docentes participantes en la investigación, el aprendizaje de procesos y métodos, así como la creatividad, son esenciales para lograr resultados exitosos en los proyectos de diseño, por ello, es importante evaluar constantemente la forma como se gestiona y se aprende. También, los docentes reconocen que la disciplina ha evolucionado hasta convertirse en una profesión importante en la sociedad, tanto social como económicamente. Por este motivo, centrar sus esfuerzos de enseñanza de la investigación y en desarrollar el pensamiento estratégico es muy conveniente para incluirlo como parte del plan de estudios.

En cualquier caso, parte de la responsabilidad de los docentes es implementar actividades de aprendizaje innovadoras que aseguren el aprendizaje de las habilidades y destrezas creativas necesarias para el desarrollo de los proyectos, para lograrlo se debe promover la creatividad como un factor preponderante en la solución de problemas de todo proceso de comunicación visual.

Si bien es cierto que cada docente tiene su propia idea sobre la creatividad y decide cómo utilizarla en su aula en función de sus creencias o experiencia, no se debe perder de vista que el propósito siempre será lograr ir más allá del nivel conceptual y crear productos únicos que brinden a sus alumnos una ventaja competitiva, sobre esto Garritz (2014) citando a Pajares (1992) manifiesta que las creencias de los profesores influyen en los pensamientos y sentimientos de los alumnos, a su vez influyen en lo que realicen en el aula y en su vida cotidiana.

La creatividad es una competencia inherente al diseñador, se hace y no nace, aunque las dinámicas de aprendizajes sean diferentes. El docente de mayor experiencia piensa que el método educativo tradicional y manual es el que funciona adecuadamente en cualquiera circunstancia y que no se su utilidad siempre estará en vigencia, en cambios los nuevos educadores hacen su apuesta educativa a utilizar instrumentos tecnológicos que ayuden a configurar un pensamiento más activo.

Pero, también el docente aprende a ser creativo, y brindar la información exacta y necesaria para ampliar la imaginación, tal como lo sostiene Senocean & Ossa (2017) quienes consideran que la creatividad es el punto de inicio de la imaginación, y esta genera ideas que surgen espontáneamente y van tomando forma de acuerdo con la información, una persona es más creativa si posee mayor información sobre el tema.

Aparte de la información, el docente también es más creativo cuando logra combinar adecuadamente la pedagogía, la didáctica y los métodos, ya sea estos holísticos, heurísticos, de gamificación y eclécticos. Usa los más indispensables y todos aquellos instrumentos que se ajusta al propósito de brindar soluciones a través de la creatividad

Conclusiones

Es importante tomar en cuenta que la disciplina del diseño está en un constante cambio, por ello sus docentes tienen una mayor responsabilidad en su preparación académica para afrontar las nuevas tendencias. Es importante variar los esquemas de enseñanza, así como incorporar elementos didácticos más creativos e innovadores que encaminen a los alumnos hacia los desafíos que enfrentará en el ámbito laboral.

El aprendizaje de la creatividad no es una actividad aislada o espontánea, es una práctica indispensable para el correcto desarrollo del profesional del diseño, no se puede enseñar partiendo de una experiencia conservadora, ni confundirla con el uso de instrumentos tecnológico que solo faciliten el entretenimiento. Ser un diseñador creativo significa resolver con conocimiento, originalidad y de manera interesante los problemas de comunicación visual del contexto.

El diseñador creativo se puede llegar a formar, sin embargo, necesita ser animado desde los primeros años de vida a través de la familia y en su proceso educativo, por ello es necesario que su educación universitaria se oriente al desarrollo de un pensamiento creativo, utilizando métodos de estimulación que vaya de acuerdo a la evolución de su entorno, estas actividades pueden volverse difíciles si no existe un currículo o pedagogía de los docentes que las respalde.

La creatividad no se estimula en una sola asignatura, debe ser parte de un eje transversal en el plan de estudio de su carrera, todo docente en la rama del diseño es responsable de buscar su actualización constante, no solo en tecnología, sino también depurar día a día los conocimientos y habilidades para proporcionar una educación relevante.

Todos los docentes de diseño deben reflexionar sobre sus prácticas educativas, evaluar sus enfoques y métodos, para que estos sean adecuados a la situación actual y no se adhieran a la manera tradicional que se ha venido enseñando. Actualmente la diferenciación en la comunicación visual no sólo está determinada por la identificación de los problemas o el uso de herramientas e instrumentos de alta tecnología, sino también brindar la adecuada solución creativa a cada caso.

Referencias bibliográficas

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

- 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>
- Garritz, Andoni (2014). Creencias de los profesores, su importancia y cómo obtenerlas. <https://www.scielo.org.mx/pdf/eq/v25n2/v25n2a1.pdf>
- Jiménez, M. (2006). Creatividad. *Papeles del Psicólogo*, 27(1), 31-39. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77827105>
- Mendivil 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>
- Morlà Folch, Teresa, Eudave Muñoz, Daniel, & Brunet Icart, Ignasi. (2018). Habilidades didácticas de los profesores y creatividad en la educación superior. Experiencia en una universidad mexicana. *Perfiles educativos*, 40(162), 100-116. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982018000400100&lng=es&tlng=es.
- 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>
- 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.
- 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>
- 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.
- Rodríguez Gutiérrez, Susana, Trejo Alba, Carolina, & Hernández Torres, Ervey Leonel. (2020). Análisis prospectivo del diseño gráfico en México. *Zincografía*, 4(8), 109-120. <https://doi.org/10.32870/zcr.v0i8.78>
- Senoceain, P., & Ossa, C. (2017). Creatividad narrativa en estudiantes de dos establecimientos de enseñanza media de la provincia de Ñuble. *UCMaule-Revista Académica*, 52, 16-undefined. <https://doi.org/10.29035/ucmaule.52.45>.

Abstract: The first task for the teaching of creativity at any educational level is to infer active, practical and cognitive methods to effectively approach students so that they can un-

derstand in depth the theoretical contents and be able to apply them in novel ways in the work environment. The role of the design teacher in disseminating this knowledge is crucial, as experience itself shows that all activities relevant to the discipline must be subject to creative thinking. This article is based on the results of a study that aims to understand how the perceptions, approaches and methods design teachers use to encourage and promote creativity learning among their students, in relation to future work and professional environments. In a higher education institution, design educators seek to prepare their students to perform in employability or entrepreneurship contexts. However, it has been observed that, although design careers are said to be “creative”, creativity is often taught through aesthetically focused models, which contrasts with the evolution of the concept of design and its current role. Not understanding what this implies or its relationship to design could lead to practices that limit not only the creative design process, but also creative competence, with little or no impact in terms of innovation.

Keywords: Learning - Creativity - Education - Teaching - Design - Learning - Creativity - Design

Resumo: A primeira tarefa para o ensino da criatividade em qualquer nível educacional é inferir métodos ativos, práticos e cognitivos para abordar os alunos de forma eficaz, de modo que eles possam compreender em profundidade os conteúdos teóricos e ser capazes de aplicá-los de maneiras inovadoras no ambiente de trabalho. O papel do professor de design na disseminação desse conhecimento é crucial, pois a própria experiência mostra que todas as atividades relevantes para a disciplina devem estar sujeitas ao pensamento criativo. Este artigo baseia-se nos resultados de um estudo que visa a entender como as percepções, abordagens e métodos que os professores de design usam para incentivar e promover o aprendizado da criatividade entre seus alunos, em relação ao trabalho futuro e aos ambientes profissionais. Em uma instituição de ensino superior, os educadores de design buscam preparar seus alunos para atuar em contextos de empregabilidade ou empreendedorismo. No entanto, observou-se que, embora se diga que as carreiras de design são “criativas”, a criatividade geralmente é ensinada por meio de modelos com foco estético, o que contrasta com a evolução do conceito de design e sua função atual. A falta de compreensão do que isso implica ou de sua relação com o design pode levar a práticas que limitam não apenas o processo de design criativo, mas também a competência criativa, com pouco ou nenhum impacto em termos de inovação.

Palavras-chave: Aprendizagem - Criatividade - Educação - Ensino - Design - Aprendizagem - Criatividade - Design
