



Percepciones sobre la Creatividad en Diseño Gráfico: Desafíos y Prácticas Pedagógicas

Perceptions of Creativity in Graphic Design: Challenges and Pedagogical Practices

Percepções de Criatividade em Design Gráfico: Desafios e Práticas Pedagógicas

Rosa Belén Ramos Jiménez ^I

rosa.ramos@epoch.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-5080-6123>

Fabián Alfonso Calderón Cruz ^{II}

fabian.calderon@epoch.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-5472-3405>

Mayra Alejandra Pacheco Cunduri ^{III}

mayra.pacheco@epoch.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-6133-7809>

Franklin David Heredia Saenz ^{IV}

frherediasa@uide.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0008-8894-8483>

Correspondencia: arlen.rojas@uncah.edu.ec

Ciencias Técnicas y Aplicadas

Artículo de Investigación

* **Recibido:** 26 de mayo de 2025 * **Aceptado:** 24 de junio de 2025 * **Publicado:** 17 de julio de 2025

- I. Máster en Diseño y Producción Multimedia. Docente en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba-Ecuador.
- II. Magíster en Estudios del Arte. Docente en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba-Ecuador.
- III. Máster en Tecnología Energética para el Desarrollo Sostenible en la Especialidad de Energías Renovables. Docente en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba-Ecuador.
- IV. Licenciado en Gastronomía. Estudiante en la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Internacional. Quito-Ecuador.

Resumen

Este estudio explora cómo estudiantes y docentes de la carrera de Diseño Gráfico en la ESPOCH perciben y experimentan la creatividad en la formación de esta profesión. A partir de una revisión bibliográfica, se definieron las preguntas centrales de la investigación en torno a la conciencia, el valor, los factores y las estrategias vinculadas a la creatividad desde la perspectiva de los principales actores educativos. Se utilizó una metodología mixta que combinó encuestas en línea y entrevistas semiestructuradas, con la participación de 203 estudiantes y 18 docentes de diversos niveles académicos. Los instrumentos incluyeron tanto preguntas cerradas como abiertas, lo que permitió explorar diferentes dimensiones de la creatividad. Los resultados revelan que, si bien la creatividad es ampliamente reconocida como un elemento fundamental en la formación profesional, persisten diferencias en su valoración y desarrollo entre docentes y estudiantes. Asimismo, se identificó que las oportunidades y métodos para estimular la creatividad no siempre resultan suficientes ni consistentes dentro del currículo. Se destaca la necesidad de una mayor coherencia pedagógica, la diversificación de enfoques metodológicos y el impulso de prácticas colaborativas e interdisciplinarias en el ámbito educativo.

Palabras Clave: Creatividad; educación superior; enseñanza innovadora; diseño gráfico; estrategias didácticas.

Abstract

This study explores how students and faculty members of the Graphic Design program at ESPOCH perceive and experience creativity in the training of this profession. Based on a literature review, the central research questions were defined around the awareness, value, factors, and strategies linked to creativity from the perspective of key educational stakeholders. A mixed methodology was used, combining online surveys and semi-structured interviews, with the participation of 203 students and 18 faculty members from various academic levels. The instruments included both closed and open-ended questions, allowing for the exploration of different dimensions of creativity. The results reveal that, while creativity is widely recognized as a fundamental element in professional training, differences persist in its appreciation and development between faculty and students. It was also identified that opportunities and methods to stimulate creativity are not always sufficient or consistent within the curriculum. The need for greater pedagogical coherence, the

diversification of methodological approaches, and the promotion of collaborative and interdisciplinary practices in education is highlighted.

Keywords: Creativity; higher education; innovative teaching; graphic design; teaching strategies.

Resumo

Este estudo explora a forma como os alunos e docentes do programa de Design Gráfico da ESPOCH percebem e vivenciam a criatividade na formação desta profissão. Com base numa revisão bibliográfica, as questões centrais da investigação foram definidas em torno da consciencialização, valor, fatores e estratégias ligadas à criatividade, na perspetiva dos principais stakeholders educacionais. Utilizou-se uma metodologia mista, combinando questionários online e entrevistas semiestruturadas, com a participação de 203 alunos e 18 docentes de vários níveis académicos. Os instrumentos incluíram questões fechadas e abertas, permitindo a exploração de diferentes dimensões da criatividade. Os resultados revelam que, embora a criatividade seja amplamente reconhecida como um elemento fundamental na formação profissional, persistem diferenças na sua valorização e desenvolvimento entre docentes e discentes. Identificou-se também que as oportunidades e os métodos para estimular a criatividade nem sempre são suficientes ou consistentes dentro do currículo. Destaca-se a necessidade de uma maior coerência pedagógica, da diversificação das abordagens metodológicas e da promoção de práticas colaborativas e interdisciplinares na educação.

Palavras-chave: Criatividade; ensino superior; ensino inovador; design gráfico; estratégias de ensino.

Introducción

La creatividad es un motor esencial para el progreso y la evolución de la humanidad. Ha sido la fuerza impulsora detrás de grandes innovaciones y avances históricos y desempeña un papel crucial en la resolución de los problemas complejos que enfrentamos como sociedad (Guilera, 2011). También es una herramienta clave para el desarrollo personal y la mejora de la calidad de vida, influyendo significativamente en múltiples facetas de la existencia humana (Corbalán, 2008). Además, se entiende como una capacidad inherente a todos los individuos, no limitada a ciertas profesiones, sino presente en diversos ámbitos, como el laboral y las relaciones interpersonales (Choi, Lynch, & Kaufman, 2022). Este concepto se reconoce como una habilidad que puede ser

enseñada y fomentada, mejorando la capacidad de adaptación y el bienestar colectivo (Choi, Lynch, & Kaufman, 2022).

En este marco, la formación educativa asume un rol fundamental en el desarrollo de la creatividad, ya que mediante la modificación de las condiciones educativas es posible construir escenarios más propicios para su fomento (Summo, 2026, p. 85). Lo que no solo busca potenciar habilidades creativas, sino también transformar los procesos educativos para que promuevan el pensamiento original y la innovación. En este sentido, surge una interrogante central: ¿cómo se percibe la creatividad en los escenarios educativos?, responder esta pregunta resulta fundamental para comprender las estrategias necesarias que permitan desarrollar este recurso clave en el contexto académico y profesional.

Así, la educación actúa como un catalizador que permite canalizar la creatividad innata hacia el desarrollo de habilidades prácticas y reflexivas. En el ámbito educativo, la creatividad juega un rol esencial en el desarrollo integral de los estudiantes, tanto en lo personal como en lo intelectual. Los docentes universitarios tienen la responsabilidad de fomentarla mediante estrategias y herramientas que estimulen el pensamiento creativo, promoviendo la originalidad, la flexibilidad y la capacidad de resolución de problemas (Yalama, 2019). Sin embargo, se plantea una cuestión relevante: ¿qué estrategias emplean los docentes para estimular la creatividad en sus estudiantes? Este análisis permite identificar enfoques pedagógicos efectivos que fomenten el pensamiento innovador.

Alvarado (2018) resalta la implementación de técnicas de estímulo creativo y metodologías innovadoras como estrategias clave para potenciar la creatividad en el aula. De manera complementaria, Torres, Rodríguez y Bedregal (2022) proponen actividades específicas que involucren a los estudiantes en procesos creativos estructurados para desarrollar su potencial. Betancourt Morejón (2000) añade que es fundamental equilibrar el pensamiento reflexivo y creativo mediante actividades y comunicación orientadas al desarrollo integral de los estudiantes.

Creatividad en el Diseño Gráfico

En el ámbito del diseño gráfico, la creatividad adquiere un rol aún más central, ya que constituye la base para resolver problemas visuales y comunicativos de manera innovadora. La creatividad y la innovación son fundamentales para afrontar los desafíos del panorama mediático y tecnológico actual (Li, 2008). Lo que no solo permite resolver problemas de comunicación visual de manera efectiva, sino que también contribuye al desarrollo de habilidades sociales y de autoexpresión en contextos socioculturales (Zhang, Hu & Yang, 2021).

Alhajri (2013) destaca la relevancia de integrar la creatividad en la educación del diseño gráfico mediante estrategias didácticas que fortalezcan tanto las habilidades de resolución de problemas como el desarrollo personal. Además, señala que el currículo debe fomentar la creatividad y establecer un modelo pedagógico para evaluar los resultados creativos de los estudiantes. Zhang et al. (2021) coinciden en que las metodologías educativas deben incluir proyectos simulados, prácticas que estimulen el pensamiento divergente y conocimiento interdisciplinario. Esto plantea una pregunta clave: ¿qué tan accesibles son las oportunidades educativas que permiten desarrollar la creatividad en el diseño gráfico? La respuesta a esta interrogante puede ayudar a identificar áreas de mejora en los programas académicos.

En la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), comprender cómo estudiantes y docentes perciben y practican la creatividad es clave para fomentar un entorno educativo ético e innovador. Este análisis busca responder preguntas fundamentales orientadas a comprender la presencia y el desarrollo de la creatividad en la carrera de Diseño Gráfico. Entre ellas se encuentran: ¿cómo entienden estudiantes y docentes el concepto de creatividad?; ¿qué importancia le atribuyen en su formación?; ¿qué oportunidades perciben para expresar su creatividad dentro del currículo?; ¿qué barreras identifican?; ¿qué estrategias o métodos utilizan los docentes para fomentar la creatividad en el aula?; y ¿de qué manera se reconoce y valora la creatividad en las evaluaciones y en el currículo académico? La reflexión sobre estos aspectos permitirá identificar tanto las fortalezas como los desafíos actuales en la promoción de la creatividad dentro de la carrera. Asimismo, se establecen políticas y estrategias que promuevan la generación de entornos formativos más dinámicos, inclusivos y orientados al desarrollo del potencial creativo de los estudiantes.

Metodología

En relación con lo mencionado, este estudio analizó las percepciones de los estudiantes y docentes de la carrera de Diseño Gráfico de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH) sobre la creatividad. Como se observa en la Figura 1., se establecieron dimensiones principales para estructurar la investigación. En relación con la creatividad, se analizaron: 1) Conciencia sobre la creatividad, explorando cómo estudiantes y docentes entienden este concepto y su relevancia; 2) Oportunidades para expresar la creatividad, evaluando la accesibilidad y los obstáculos percibidos; 3) Estrategias usadas para fomentar la creatividad, identificando prácticas docentes y recursos

útiles; y 4) Valoración y promoción de la creatividad, examinando cómo se reconoce y promueve esta habilidad en el currículo.



Figura 1: Metodología para evaluar perspectivas sobre creatividad en la carrera de Diseño Gráfico

Diseño de Investigación

La investigación empleó una metodología mixta que combinó técnicas cuantitativas y cualitativas para abordar de manera integral las percepciones y prácticas asociadas a la creatividad. El diseño exploratorio permitió identificar tendencias y factores determinantes tanto en estudiantes como en docentes, mientras que el enfoque descriptivo facilitó la caracterización de la muestra y la cuantificación de las respuestas en torno a las dimensiones seleccionadas. La muestra estuvo compuesta por 203 estudiantes, seleccionados de una población de 481 inscritos en el periodo académico marzo-agosto 2024, abarcando distintas etapas de la formación profesional y una diversidad de procedencias geográficas. Junto a ellos participaron 18 docentes del programa, quienes representan una variedad de asignaturas y trayectorias profesionales, con una distribución que va desde menos de seis años hasta más de dos décadas de experiencia. Este perfil heterogéneo de los participantes permitió enriquecer el análisis y proporcionar una visión amplia sobre las dinámicas que influyen en el desarrollo de la creatividad en el contexto académico estudiado.

Instrumentos de Recolección de Datos

La recolección de datos se llevó a cabo mediante dos cuestionarios diseñados específicamente para estudiantes y docentes, estructurados en torno a las dimensiones clave del estudio. Estos instrumentos, cuidadosamente elaborados, incluyeron escalas Likert, preguntas de frecuencia, selección múltiple, opciones dicotómicas, escalas de ordenamiento y preguntas abiertas, permitiendo captar tanto tendencias generales como matices individuales en las percepciones sobre la creatividad.

Posteriormente, los cuestionarios fueron revisados por especialistas en diseño, educación y creatividad, quienes garantizaron su coherencia y alineación con los objetivos de la investigación. La aplicación se efectuó en dos fases, empleando plataformas digitales para alcanzar una mayor cobertura y participación. El análisis de los datos combinó métodos cuantitativos y cualitativos: se recurrió a estadísticas descriptivas como frecuencias y porcentajes para las respuestas estructuradas, y se realizó una triangulación de la información recogida en los cuestionarios con los resultados de la revisión bibliográfica, enriqueciendo así la interpretación de los hallazgos. Todo el proceso se desarrolló bajo la aprobación de la Coordinación de la Carrera, garantizando la participación voluntaria, el anonimato y la confidencialidad de las respuestas, en estricto cumplimiento con las normas éticas institucionales.

Desarrollo y resultados

Perspectivas sobre la creatividad

¿Qué dicen los estudiantes sobre la creatividad?

1. Conciencia sobre la creatividad

Tabla 1. *Percepción de los estudiantes sobre la creatividad*

<i>Pregunta</i>	<i>Items</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Percepción de la creatividad			
Autoconpeto de la creatividad (1-10)	Muy baja confianza (1-2)	1	0.49%
	Confianza moderada baja (5)	29	14.29%
	Confianza moderada (6)	25	12.32%
	Confianza moderada-alta (7)	49	24.14%

	Alta confianza (8-9)	91	44.83%
	Muy alta confianza (10)	8	3.94%
Papel de la creatividad en el éxito profesional	Factor más importante	130	64.04%
	Decisiva	53	26.11%
	Importante pero no esencial	20	26.11%

La percepción de los estudiantes sobre la creatividad tiene un promedio de confianza de 7.22, como se muestra en la *Tabla 1*. La mayoría la considera esencial para el éxito profesional, lo que subraya su alta valoración tanto personal como académica.

2. Oportunidades para expresar la creatividad

Tabla 2. Oportunidades para expresión de la creatividad desde la perspectiva de los estudiantes

Oportunidades para expresión de la creatividad		Frecuencia	Porcentaje (%)
Frecuencia de oportunidades para expresar creatividad	Nunca	2	0.99
	Raramente	12	5.91
	A veces	97	47.78
	Frecuentemente	79	38.92
	Siempre	13	6.4
Apoyo docente para desarrollar creatividad	A veces	45	45.45
	Frecuentemente	43	43.43
	Siempre	9	9.09

Como se observa en la *Tabla 2.*, los estudiantes perciben que las oportunidades para desarrollar su creatividad son inconsistentes. El 47.78% reporta que estas oportunidades son ocasionales y el 38.92% las considera frecuentes. Sin embargo, solo un 6.4% indica que siempre tiene oportunidades para expresar su creatividad, lo que resalta la necesidad de aumentar su accesibilidad. Respecto al apoyo docente, el 43.43% lo califica como frecuente, mientras que solo el 9.09% lo percibe como constante.

3. Estrategias usadas para fomentar la creatividad

Tabla 3. Estrategias usadas por los estudiantes para fomentar la creatividad

Estrategias para fomentar la creatividad		
	Sí	96 47.29%

Uso de técnicas para estimular la creatividad	No	2	0.99%
	A veces	98	48.28%
	Casi Nunca	7	3.45%
	Nunca	0	0.00%
Técnicas más comunes	Búsqueda de Inspiración	105	51.72%
	Boceteado Rápido	48	23.62%
	Lluvia de Ideas	38	18.72%
	Mapas Mentales	9	4.43%
	Otros	3	1.48%

Según la *Tabla 3*, el 47.29% de los estudiantes afirma utilizar técnicas para estimular su creatividad de manera regular, mientras que el 48.28% lo hace ocasionalmente. Las estrategias más comunes incluyen la búsqueda de inspiración (51.72%), el boceteado rápido (23.62%) y la lluvia de ideas (18.72%). Sin embargo, herramientas menos exploradas, como los mapas mentales (4.43%), representan una oportunidad para diversificar y fortalecer las estrategias educativas.

4. Valoración y promoción de la creatividad

Tabla 4. *Valoración y promoción de la creatividad desde la perspectiva de los estudiantes*

Valoración y promoción de la creatividad			
Valoración y promoción de la creatividad en el currículo	No se valora ni promueve	5	2.46%
	Se valora, pero no se promueve	45	22.17%
	Se promueve, pero no se valora	53	26.11%
	Se valora y se promueve	71	34.98%
	No estoy seguro	29	14.29%
Aspectos para mejorar la creatividad	Currículo	1	0.54%
	Métodos de enseñanza	44	23.53%
	Recursos disponibles	28	14.97%
	Oportunidades de práctica	81	43.32%
	Recomendaciones de inspiración	46	24.60%

Actividades para potenciar la creatividad	Valorar esfuerzo y creatividad	1	0.54%
	Otro	2	1.07%
	Proyectos interdisciplinarios	80	43.24%
	Colaboración con la industria	20	35.68%
	Interacción con profesionales	66	17.84%
	Exploración de fuentes	33	10.81%
	Otros	3	1.62%
	Nada	1	0.54%

Finalmente, en la Tabla 4, La mayoría de los estudiantes (34.98%) considera que la creatividad es valorada y promovida en el currículo, aunque un 26.11% cree que se promueve sin ser valorada. Entre los aspectos más importantes a mejorar, destacan las oportunidades prácticas (43.32%), seguidas de métodos de enseñanza (23.53%) y recomendaciones de inspiración (24.60%).

¿Qué dicen los docentes sobre la creatividad?

1. Conciencia sobre la creatividad

Tabla 5. Percepción de los docentes sobre la creatividad

<i>Pregunta</i>	<i>Ítems</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
Conciencia sobre la creatividad			
<i>Nivel de creatividad</i>	Muy alto	0	0.00%
	Alto	5	27.78%
	Medio	11	61.11%
	Bajo	2	11.00%
	Muy bajo	0	0.00%
<i>Resolución creativa de problemas</i>	0-20%	1	5.56%
	21-40%	3	16.67%
	41-60%	8	44.44%

61-80%	4	22.22%
81-100%	2	11.11%

Los resultados mostrados en la Tabla 5, muestran que la mayoría de los docentes (61.11%) percibe un nivel medio de creatividad en sí mismos, mientras que un 27.78% lo considera alto. En cuanto a la resolución creativa de problemas, el 44.44% estima que su capacidad se encuentra entre el 41% y el 60%, y el 22.22% entre el 61% y el 80%. Estos resultados sugieren que, en general, los docentes se perciben con niveles moderados de creatividad y capacidad para resolver problemas de manera creativa. creatividad de manera más efectiva, como en el desarrollo de habilidades para resolver problemas de manera más innovadora.

2. Oportunidades para expresar la creatividad

Tabla 6. Oportunidades para expresar la creatividad desde la perspectiva de los docentes

Oportunidades para expresar la creatividad			
<i>Frecuencia de oportunidades</i>	Siempre	6	44.44%
	Casi siempre	8	33.33%
	A veces	4	22.22%
	Raramente	0	0.00%
	Nunca	0	0.00%

La Tabla 6 muestra que la mayoría de los docentes reconoce la importancia de fomentar la creatividad, ya sea de forma constante (44.44%) o casi constante (33.33%). Sin embargo, aún hay espacio para aumentar la frecuencia de estas oportunidades, especialmente en aquellos casos donde la creatividad solo se fomenta ocasionalmente. El panorama general sugiere que la creatividad es un componente valorado, pero podría incorporarse de manera más uniforme en todas las clases.

3. Valoración de la creatividad

Tabla 7. Valoración de la creatividad desde la perspectiva de los docentes

Valoración de la creatividad			
<i>Valoración de la creatividad</i>	Siempre	6	33.33%
	Casi Siempre	7	38.89%
	A veces	2	33.33%
	Raramente	1	11.11%
	Nunca	0	0.00%

Según la Tabla 7, la creatividad es vista como adecuadamente reconocida y premiada en el entorno educativo de la institución por la mayoría de los docentes (72.22%). Sin embargo, aún hay una proporción significativa que opina que la creatividad es solo reconocida de manera ocasional, lo que sugiere que existen oportunidades para mejorar la promoción y el premio a la creatividad en el ámbito académico.

4. Estrategias usadas para fomentar la creatividad

Tabla 8. Estrategias usadas por los docentes para fomentar la creatividad

Estrategias para fomentar la creatividad			
<i>Métodos y enfoques específicos</i>	Siempre	2	11.11%
	Casi Siempre	4	22.22%
	A veces	7	38.89%
	Raramente	4	22.22%
	Nunca	1	5.56%

Por último, la Tabla 8, evidencia que la mayoría de los docentes (38.89%) implementa métodos y enfoques específicos para fomentar la creatividad "a veces", mientras que un 22.22% lo hace "casi siempre" y otro 22.22% "raramente". Solo un 11.11% lo hace "siempre" y un 5.56% "nunca". Estos datos sugieren que, aunque algunos docentes aplican estrategias para promover la creatividad, su uso no es consistente ni frecuente en todos los casos. En tanto a las actividades mencionan que fomentan la creatividad en sus estudiantes mediante diversas actividades y técnicas. Implementan ejercicios prácticos que combinan teoría y práctica, como estudios de caso y metodologías de diseño, para desarrollar conceptos y habilidades.

Discusión

El análisis se estructuró en torno a las dimensiones previamente definidas, permitiendo contrastar las percepciones de estudiantes y docentes, identificar desafíos específicos y proponer estrategias pertinentes. Las estrategias se derivaron de las entrevistas realizadas a ambos grupos, quienes, desde sus experiencias y expectativas, aportaron propuestas orientadas a fomentar la creatividad.

Análisis e interpretación de la creatividad en la carrera de Diseño Gráfico

1. Conciencia sobre la creatividad

Los datos revelan una discrepancia en la percepción de la creatividad entre estudiantes y docentes. Mientras que los estudiantes muestran un autoconcepto elevado de su creatividad, los docentes

tienden a evaluarla en niveles moderados (ver Tablas 1 y 5). Esto podría sugerir una sobreestimación por parte de los estudiantes y una posible subvaloración del potencial creativo por parte de los docentes, destacando la necesidad de alinear estas percepciones sobre esta habilidad esencial.

Para abordar esta brecha, se propone implementar sesiones de revisión entre compañeros, donde los estudiantes presenten sus trabajos y reciban retroalimentación constructiva, fomentando una autoevaluación más realista y colaborativa (Sánchez, 2021). Esta práctica fomenta una cultura de apoyo y aprendizaje colaborativo, además de permitir que los estudiantes identifiquen áreas en las que pueden mejorar su originalidad y evitar similitudes innecesarias con otros trabajos. Además, incorporar reflexiones sobre el proceso creativo permitirá a los estudiantes documentar cómo surgieron y desarrollaron sus ideas, ayudándoles a justificar sus decisiones de diseño y reforzar su autoconcepto creativo (Cisneros, 2020). Esta actividad mejora su capacidad para argumentar y justificar sus decisiones de diseño, lo que fortalece su propio estilo e identidad.

Complementariamente, el uso de portafolios personales, alineado con el enfoque autodirigido del aprendizaje, facilitará que los estudiantes gestionen de manera autónoma su aprendizaje, reflexionen sobre sus progresos y fortalezcan su identidad creativa a lo largo del tiempo (Sánchez, 2021). Finalmente, es esencial crear un ambiente de aprendizaje libre de críticas, donde los estudiantes se sientan seguros al compartir ideas sin temor a ser juzgados, lo que incrementa su confianza y fomenta una participación en el proceso creativo (Amarilis, 2005; Irigoyen et al., 2015).

2. Oportunidades para expresar la creatividad

La mayoría de los estudiantes percibe oportunidades moderadas o frecuentes para desarrollar su creatividad (Tablas 2 y 6). Sin embargo, un porcentaje significativo indica que estas oportunidades no son consistentes, lo que contrasta con la percepción de los docentes, quienes consideran que estas oportunidades se ofrecen regularmente. Este desajuste evidencia la necesidad de estructurar actividades más regulares y accesibles para todos los estudiantes.

Para ampliar estas oportunidades, se proponen retos creativos a corto y largo plazo. Los macroproyectos y duelos de ilustración fomentan el pensamiento rápido y la conceptualización inmediata (Mena, 2023), mientras que los proyectos semestrales ofrecen una exploración profunda de ideas (González et al., 2024; Irigoyen et al., 2015). El uso de casos prácticos conecta conceptos

teóricos con aplicaciones reales, aumentando la relevancia de las actividades creativas (Amarilis, 2005).

Facilitar espacios de trabajo conjunto entre estudiantes de distintas carreras, promoviendo la colaboración interdisciplinaria, fomenta la creatividad y la innovación, además de mejorar la comunicación con profesionales de diversas áreas. Esta estrategia prepara a los diseñadores para adaptarse a los constantes cambios tecnológicos y sociales. Al integrar diversas perspectivas y campos de conocimiento, las propuestas se enriquecen significativamente, fortaleciendo también la capacidad de abordar y resolver problemas complejos desde enfoques multidimensionales (Morales-Holguín & González-Bello, 2021; Álvarez & Sanz, 2017).

3. Valoración de la creatividad

Aunque tanto estudiantes como docentes coinciden en que la creatividad es valorada en el currículo, los resultados sugieren que su promoción no es percibida como constante por los estudiantes (Tablas 3 y 7). Esto subraya la importancia de implementar estrategias pedagógicas sistemáticas y claras que promuevan la creatividad de manera uniforme.

Para reconocer y promover la creatividad, se recomienda diseñar rúbricas que valoren tanto el proceso creativo como el resultado final, destacando la originalidad y el esfuerzo (Cisneros, 2020). Asimismo, organizar talleres de inspiración guiada que empleen técnicas como mapas mentales y lluvias de ideas reforzará el apoyo percibido por los estudiantes (Cisneros & Flores, 2020). También se sugiere explorar referencias transdisciplinarias en áreas como literatura, cine y ciencia para diversificar enfoques creativos (Irigoyen et al., 2015). Por último, tanto docentes como estudiantes deben mantenerse actualizados sobre tendencias en diseño gráfico e integrarlas en proyectos curriculares (Summo, 2015).

4. Estrategias para potenciar la creatividad

Las estrategias mencionadas por los estudiantes, como la búsqueda de inspiración y el bocetado rápido, reflejan prácticas creativas básicas, mientras que los docentes destacan métodos más diversificados, pero menos sistemáticos (Tabla 4 y Tabla 8). Esto indica una oportunidad para establecer un enfoque más estructurado en el fomento de la creatividad.

La incorporación de técnicas como la lluvia de ideas, mapas mentales, pensamiento lateral y SCAMPER puede estimular el pensamiento creativo al generar soluciones novedosas y perspectivas alternativas (Vásquez, 2021; Conzaga, 2022). Fomentar la experimentación activa con materiales y técnicas nuevas desbloquea conexiones creativas y promueve la innovación (Amarilis,

2005; Irigoyen et al. 2015). Además, el uso de metodologías estructuradas como Design Thinking y Análisis Morfológico proporciona un marco para el desarrollo de ideas creativas y fomenta la interdisciplinariedad (González et al. 2024). Finalmente, el Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP) desarrolla la empatía mediante el diseño centrado en el usuario, lo que permite soluciones más relevantes y significativas (González et al. 2024; Betancourt, 2000). La vinculación con profesionales externos a través de mentorías conecta la teoría con la práctica, ampliando la perspectiva de los estudiantes y enriqueciendo su aprendizaje (Cisneros, 2020).

Conclusiones

Este estudio permite comprender con claridad los retos y oportunidades que implica el fomento de la creatividad en la formación universitaria de diseñadores gráficos. Los resultados evidencian la necesidad de estrategias pedagógicas más sistemáticas y adaptadas a la realidad de los estudiantes, así como una mejor articulación entre las percepciones de docentes y alumnos respecto a la creatividad en el aula.

Las iniciativas propuestas en este trabajo pueden servir de base para que las comunidades académicas diseñen soluciones acordes a sus propios contextos, considerando las particularidades de cada programa formativo. Aunque la investigación se desarrolló en una única universidad, los hallazgos ofrecen una visión valiosa sobre cómo se percibe y promueve la creatividad en la educación en diseño gráfico, y pueden orientar reflexiones y mejoras en instituciones similares, tanto a nivel nacional como internacional.

Finalmente, se recomienda ampliar este tipo de investigaciones a otros programas y disciplinas del campo del diseño y áreas creativas afines, así como explorar el impacto de nuevas metodologías y tecnologías en el desarrollo del pensamiento creativo. De esta manera, será posible contribuir a la consolidación de modelos educativos más innovadores, pertinentes y sostenibles, capaces de responder a las demandas de una sociedad en permanente transformación.

Referencias

- Alhajri, S. (2013). Developing a pedagogical model to enhance and assess creativity in Omani graphic design education [Tesis doctoral].
- Alvarado Aluma, R. A. (2018). Creatividad y educación: Importancia de la creatividad en los procesos de enseñanza y aprendizaje. *Tsantsa: Revista de Investigaciones Artísticas*, (6), 35–44. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/33242/1/documento.pdf>
- Álvarez, M., & Sanz, M. del M. (2017). La interdisciplina en el diseño gráfico: Una opción viable para los nuevos entornos laborales. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.12851.02089>
- 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.
- Betancourt, J. (2000). Creatividad en la educación: Educación para transformar. *Revista Psicología Científica.com*, 2(1). <https://psicologiacientifica.com/creatividad-en-la-educacion>
- Choi, D., Lynch, S., & Kaufman, J. (2022). Wisdom, creativity, and intelligence. En *The psychology of wisdom: An introduction* (pp. 107–117). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781009085724.010>
- Cisneros Ríos, R. E., & Flores Treviño, M. E. (2020). El proceso creativo como metodología de trabajo del diseñador gráfico. *Revista Paradigma Creativo*, 8(1), 66–77. <https://paradigmacreativo.uanl.mx/index.php/revista/article/download/8/5/9>
- Corbalán Berná, J. (2008). ¿De qué se habla cuando hablamos de creatividad? *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales - Universidad Nacional de Jujuy*, (35), 11–21.
- Egaña, T. (2012). Uso de bibliografía y plagio académico entre los estudiantes universitarios. *RUSC: Universities and Knowledge Society Journal*, 9(2). <https://doi.org/10.7238/rusc.v9i2.1209>
- González Bello, E. O., López Cruz, E. Y., & Morales-Holguín, A. (2024). Interdisciplina y Design Thinking en la formación del diseño gráfico: métodos para favorecer la generación de ideas. *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación*, (228). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi228.11325>
- Guilera Agüera, L. (2011). Anatomía de la creatividad. *FUNDIT - Escola Superior de Disseny ESDi*. <https://esdi.es/wp-content/uploads/2018/04/Anatomia-de-la-creatividad.pdf>

- How to Avoid Plagiarism | Harvard Guide to Using Sources. (2023). Harvard Guide to Using Sources. <https://usingsources.fas.harvard.edu/how-avoid-plagiarism>
- Irigoyen, L. F., Aguilar, M., & Elizalde, A. (Coords.). (2015). Agentes dinámicos en la enseñanza del diseño gráfico. Universidad de Sonora/Qartuppi. <http://doi.org/10.29410/QTP.15.01>
- Li, P. (2008). Moving towards creating the new pattern from the graph creativity to the education of design. En 2008 IEEE International Symposium on Knowledge Acquisition and Modeling Workshop, Wuhan, China (pp. 428–431). <https://doi.org/10.1109/KAMW.2008.4810516>
- Mena, J. (2023). Encuentros de ilustración como motor del desarrollo académico, creativo y cultural. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, (181), 91–107. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi181.8899>
- Morales Holguín, A., & González Bello, E. (2021). Interdisciplinariedad en la formación universitaria del diseño gráfico: Entre la teoría y la práctica. Educación, 30(58), 228–249. <https://doi.org/10.18800/educacion.202101.011>
- Rivadeneira Cofre, A. (2022). Importancia y proceso de la enseñanza del diseño de información en el ámbito del diseño gráfico. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, (104), 179–212. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi104.4026>
- 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>
- Torres Fernández, C., Rodríguez Ramírez, J., & Bedregal Alpaca, N. (2022). Diseño de secuencias didácticas para el fortalecimiento de la creatividad y el compromiso en la formación online (1.ª ed.). Dykinson. <https://elibro.net/es/ereader/epoch/226009?page=52>
- Vásquez, S. (2021). Estrategias del pensamiento creativo: Una mirada desde la educación básica. Revista Innova Educación, 3(4), 110. <https://doi.org/10.35622/j.rie.2021.04.008>
- Zhang, Z., Hu, W., & Yang, Z. (2021). Research on the innovation and development of visual communication design in the new media era. En Proceedings of the 2021 6th International Conference on Social Sciences and Economic Development (ICSSSED 2021) (pp. 1–4). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210407.001>

© 2025 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).