

LA CREATIVIDAD EN LOS ESTUDIANTES DE DISEÑO GRÁFICO

PATRICIA SANDOVAL MURILLO/ FEDERICO ZAYAS PÉREZ
Universidad de Sonora

RESUMEN: El tema central de este trabajo es la creatividad en los estudiantes de diseño gráfico de la universidad de Sonora. Se mide la creatividad de estudiantes en distintos semestres de la carrera, para intentar conocer si el nivel de creatividad del estudiante varía según el semestre que está cursando. Posteriormente, se muestran las diferencias entre el nivel de creatividad del estudiante y variables como género y antecedentes escolares según el tipo de financiamiento de la escuela de

educación media a la que asistieron (pública o privada).

La presente investigación podría contribuir señalando las áreas de la creatividad fomentadas o descuidadas.

PALABRAS CLAVE: Creatividad, Educación superior, Estudiantes.

Introducción

La creatividad está presente en cualquier ser humano, en mayor o menos medida, en distintas actividades. Su expresión es indispensable para el desarrollo social e individual (Ziegler, 2000), por lo cual no debe verse como un lujo de tiempo libre o sólo como propio de las sociedades con un alto grado de desarrollo (Esteve, 2008). Por esta razón, debe fomentarse en cualquier sujeto a desarrollarla de forma continua a largo de su vida, sobre todo en la educación escolar, como parte de su formación integral. Esto es aún importante cuando se trata de labores o actividades profesionales cuyo perfil de desempeño incluye esta aptitud como elemento básico, como es el caso del diseño.

El trabajo del diseñador gráfico es un trabajo de comunicación social, una labor que involucra la persuasión. El diseñador como profesionista debe ser un individuo creativo, para que sus productos lleguen tanto a públicos específicos como a personas de diversos ámbitos sociales y culturales.

Frascara (2004) menciona varios supuestos y características de la profesión y la manera en la que ésta se desarrolla en la sociedad.

- El diseño es una profesión dedicada a la comunicación visual dirigida a afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente.
- Las decisiones visuales relacionadas con la construcción de mensajes no se limitan a supuestos estéticos o simples caprichos, se desarrollan en un campo social con un sentido real en el que se desea dar mensajes y enfrentar de diversas formas, sutiles o contundentes, a la gente con la que se establece la relación visual.
- El diseñador le da forma visual a las comunicaciones pues su labor se caracteriza por procesos de decisión complejos. Generalmente su investigación previa se dificulta debido al difícil acceso a los datos confiables y sus variables confusas tienden a dirigir el proyecto por distintos caminos, unos más claros que otros.
- El diseñador ha de tener la capacidad de reconocer las situaciones sociales en las que se desarrolla su trabajo y tomar decisiones para su profesión.

Todas estas características implican un alto grado de creatividad, aunque la labor del diseñador no sólo sea gráfica y estética, sino también social, pues el diseño puede ser uno de los medios para encarar problemas sociales. Dada su influencia visual, el diseño puede tener importantes consecuencias persuasivas, formativas e incluso educativas en la vida social.

Precisamente por la importancia social del diseñador, su formación debe ser sólida, y en ésta, la creatividad juega un papel relevante. El diseñador debe ser capaz de producir la forma de comunicación más clara, contundente, directa e impactante. Para esto, necesita desarrollar un amplio y profundo proceso de creatividad.

Cuestión relevante en este contexto es el papel de las escuelas formadoras de diseñadores gráficos. ¿Las escuelas de diseño de educación superior logran desarrollar o preservar la creatividad de sus estudiantes durante su trayecto académico? ¿Las estructuras organizativas y curriculares limitan más que amplían la creatividad? ¿Las relaciones académicas de las escuelas fomentan o restringen la creatividad? Dentro de este amplio marco, el problema a abordar en este trabajo es modesto: interesa saber si hay diferencias en la creatividad, tal como se define aquí, entre alumnos de diferentes semestres de una carrera de diseño gráfico.

El diseño gráfico ha evolucionado a través de los años, antes se enseñaba solo como un oficio, como un conjunto de destrezas y conocimientos pero hoy en día es una profesión y como tal se debe enseñar en las aulas universitarias. Se debe educar al estudiante para el futuro y para ellos se le debe de enseñar a pensar, enfrentar situaciones nuevas, encarar problemáticas actuales y construir consecuentemente respuestas apropiadas y creativas (Ricupero, 2007). El aprendizaje debe ser permanente, la escuela es solo un inicio de todo lo que un diseñador gráfico debe aprender en su camino primero como estudiante y luego como profesionista.

✓ **Objetivos del estudio**

Explorar la creatividad de los estudiantes de diseño gráfico de la Universidad de Sonora.

✓ **Preguntas de investigación**

¿Existen diferencias entre el nivel de creatividad de los estudiantes de diseño gráfico según el semestre que cursan?

Referentes teóricos

Concepto de creatividad

Torrance (1977), definió la *creatividad* como un proceso constante, expresado en los cambios que se generan en el individuo, es una competencia capaz de un constante desarrollo, y los niños las pueden manifestar a través de sus producciones como lo son los cuentos, narraciones y dibujos. (Chávez, Zacatelco y Acle, 1999).

La *creatividad* está directamente relacionada con el proceso socio-cultural, ligado a contextos históricos particulares (como en la familia) como una propuesta individual (Isaksen et al., 1993; citado en Rinaudo y Donolo, 1999). Lo propuesto por esta última afirmación es que es un proceso en constante desarrollo a través de la historia bajo la cual nacimos y crecimos y no es un producto meramente individual. La productividad creativa no se genera sólo a partir del individuo sino también del contexto que lo rodea. (Isaksen et al., 1993; citado en Rinaudo y Donolo, 1999).

La literatura expone algunas características de la capacidad creativa. Torrance (1977; citado en Chávez, Zacatelco y Acle, 2009) define las siguientes;

- *La fluidez*: Capacidad para producir un gran número de ideas;
- *La flexibilidad*: Aptitud para cambiar de una línea de pensamiento a otra;
- *La originalidad*: Es la aptitud para aportar ideas o soluciones que están lejos de lo obvio, lo común o establecido;
- *Creatividad verbal*: Es la facilidad para crear un número elevado de ideas (Sánchez, 2006)
- *Creatividad vasomotora*: Capacidad mediante la cual se transforma el proceso para alcanzar la solución del problema o el planteamiento de éste. Involucra una transformación, un cambio, un replanteamiento o una reinterpretación (Sánchez, 2006).
- *Creatividad aplicativa o inventiva*: Consiste en encontrar diferentes usos y aplicaciones a los objetos de la vida cotidiana (Sánchez, 2006).

Método

Participantes

Se realizó un estudio descriptivo, utilizando una metodología cuantitativa. La población estudiada fue de 368 estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico del departamento de Arquitectura y Diseño de la Universidad de Sonora, campus Hermosillo, matriculados en el periodo agosto – diciembre 2012. A partir de un muestreo no probabilístico con un margen de error de 5% y un 95% de confianza, para que la muestra fuera representativa de la población, se seleccionó a un total de 148 estudiantes, de los cuales 100 (67.1%) son mujeres y 49 (32.8%) hombres. La edad promedio de los estudiantes fue de 20.5 con un mínimo de 18 y un máximo de 33 años.

La distribución de estudiantes por semestre fue la siguiente: de primer semestre, 36, 24.1%; de tercer semestre 33, 22.14%; de quinto semestre 44, 29.53%; de séptimo, 34, 23.48%. Siendo un total de 148 estudiantes. El 97.3% (145) de los estudiantes reportó ser soltero y 2.6 % (4) casados. La mayoría de los estudiantes cursó sus estudios anteriores a la universidad en escuelas públicas. La mayoría de los padres de estos estudiantes tienen un nivel de escolaridad profesional (52%). 38.2% de las madres tienen nivel de posgrado; 8% de los padres alcanza este nivel.

Instrumento

Para la recolección de la información necesaria para el estudio, se utilizó el instrumento “*Evaluación Multifactorial de la Creatividad,*”, *EMUC* (Sánchez, 2006). Este instrumento consta de diferentes apartados. En el primero, de datos generales, se recaba información sobre características personales del estudiante.

En la segunda parte se describen las tres dimensiones de la creatividad que evalúa el instrumento (Sánchez, 2006):

- a) Dimensión verbal, entendida como “la facilidad para crear un número elevado de ideas;
- b) Dimensión visomotora, definida como “la capacidad mediante la cual se transforma el proceso para alcanzar la solución del problema o el planteamiento de éste. Involucra transformación, cambio, replanteamiento o una reinterpretación” del mismo y por último: c) Dimensión aplicada/inventiva, que se refiere a la habilidad para encontrar diferentes usos y aplicaciones de los objetos de la vida cotidiana.

A su vez, cada una de las dimensiones tiene los siguientes tres categorías, que se definen como:

Fluidez, flexibilidad, originalidad

Novedad en la presentación de las ideas, se puede controlar por su naturaleza, rareza o unicidad, o bien por establecer asociaciones lejanas (Granados, 2002, obtenido de Galán, 2010).

Procedimiento

Se solicitó la participación voluntaria de los estudiantes quienes contestaron la prueba, de acuerdo a los lineamientos establecidos con la finalidad que los datos obtenidos fueran confiables. La prueba debía ser contestada de manera individual dentro de un tiempo determinado. Se garantizó a los estudiantes la confidencialidad de sus respuestas.

Los datos que se obtuvieron de los resultados de las pruebas fueron capturados y analizados en una base de datos del programa estadístico SPSS.19.

Resultados

Medias o promedios generales de los tres componentes de la creatividad

Los valores posibles para cada dimensión van de 0 a 12 puntos. Estos valores se componen por la suma de los valores asignados a cada una de las categorías que pueden ser de 0 a 4 puntos.

El promedio más alto correspondió a la creatividad visomotora: 8.94 (D.S. =1.77).

El promedio y la desviación estándar de la sumas de las tres categorías de cada una de las tres dimensiones de la creatividad se muestra en la tabla 1.

Promedios de las categorías de cada una de las dimensiones de la creatividad

El promedio más alto se logró en la dimensión visomotora y el más bajo en la dimensión verbal.

En la dimensión visomotora, la media de la fluidez es de 1.87 (D.S. 1.16), la flexibilidad de 3.92 (D.S. 0.43) y la originalidad muestra una media de 3.16 (D.S. 1.04). En el caso de la dimensión aplicada o inventiva, la fluidez media es de 2.68 (D.S. 0.82), la flexibilidad de 2.40 (D.S. 0.76) y de la originalidad de 2.59 (D.S. 0.89).

Para la dimensión verbal, la fluidez muestra el promedio más bajo, apenas 0.62 (D.S. 0.99), la flexibilidad se ubica en 3.75 (D.S. 0.65) y la originalidad en 2.89 (D.S. 1.01).

Diferencias entre las tres dimensiones de la creatividad según el semestre. Para observar la existencia de diferencias entre las tres dimensiones de creatividad tomando en cuenta el semestre que cursan los participantes en este estudio, se realizó un análisis de varianza. Como se muestra en las tablas 2 y 3, los resultados indican que no hay diferencias significativas entre estas dimensiones según el semestre que cursado.

Diferencias entre los tres componentes de la creatividad según el género. A lo largo del tiempo se han venido haciendo investigaciones acerca de las diferencias creativas entre género. Haciendo un análisis con relación a este tema, se encuentran diversas opiniones al respecto.

Para probar si existen diferencias en las tres dimensiones de creatividad tomando en cuenta el género de los participantes, se utilizó el procedimiento t de Student. Los resultados (Ver tablas 4 y 5) indican que no hay diferencias significativas entre hombres y mujeres para las dimensiones visomotora y aplicada/inventiva, sin embargo, las mujeres (media 7.7551 D.S. 1.61414) muestran significativamente mayores puntajes que los hombres (media 7.0101 D.S. 1.83778) en la dimensión de verbal de la creatividad.

Diferencias entre los tres componentes de la creatividad en función del tipo de preparatoria de origen. En esta área también hay algunas discusiones al respecto. Se piensa que la educación privada lleva la delantera en el sentido de calidad educativa, contenidos y herramientas que se le ofrece al estudiante para que desarrolle sus estudios. Pero en el área de la creatividad hay estudios que comprueban que tampoco en las instituciones privadas estimulan estas aptitudes.

Los resultados indican que las diferencias entre las tres dimensiones de la creatividad no son relevantes en función de la preparatoria de origen, es decir, los puntajes medios entre estudiantes que provienen de preparatorias públicas no son significativamente distintos de los puntajes logrados por los estudiantes que cursaron sus estudios de preparatoria en instituciones privadas.

En la dimensión visomotora el promedio de los estudiantes que provienen de preparatorias privadas es de 8.8947 (D.S. 1.90006), mientras que el de ex estudiantes de preparatorias públicas es de 8.9636 (D.S. 1.74486). En el caso de la dimensión Inventiva o aplicada, el promedio participantes que cursaron sus estudios en preparatorias privadas fue de 7.7105 (D.S. 2.21979) y el de quienes estudiaron en preparatorias públicas fue de 7.6545 (D.S. 2.20482). En la dimensión verbal los de escuelas privadas obtuvieron 7.1316 de promedio (D.S. 2.04240) y los de preparatorias públicas 7.3000 (D.S. 1.71100). Concluimos en este punto que las diferencias no son significativas.

Conclusiones

Con los datos que arroja esta investigación, se puede observar que los estudiantes de diseño gráfico de la Universidad de Sonora que participaron en el presente estudio no muestran diferencias significativas en el nivel de creatividad entre semestres. Esto quiere

decir quizás que la universidad no logra incrementar la creatividad de sus estudiantes pero sí la mantiene o al menos evita que esta disminuya.

El promedio más alto se logró en la dimensión visiomtora y el más bajo en la dimensión verbal. Esto puede estar directamente relacionado con la disciplina en la que se están formando e incluso con las herramientas y medios a los que están expuestos en su generación, como lo son las aplicaciones virtuales, por ejemplo los portafolios virtuales como *behance*, *issuu*, *flickr*, entre otros o simplemente redes sociales como el [facebook](#) en este tipo de medios la habilidad visual es altamente estimulada, mucho más quizás que la expresión verbal se da de una manera distinta a la que se puede desarrollar en otro tipo de manifestaciones escritas.

Otro punto a resaltar es que los estudiantes tampoco presentan diferencias significativas entre los que provienen de preparatorias públicas y privadas. Se puede decir que los dos sistemas aportaron lo mismo o bien descuidan el fomento de la creatividad de la misma forma. En un estudio realizado por (Briceno, 1998) se hace notar la falta de planeación de la creatividad dentro de la currículo de las instituciones. De una muestra de 1300 estudiantes de diferentes niveles educativos, se hizo notar que ‘: a) en universidad los estudiantes tienen menos creatividad al egresar; b) el incremento de la creatividad está relacionado con prácticas y diseños; c) en la educación básica y en la media, la creatividad está dada principalmente por la fluidez y la flexibilidad; d) la creatividad no correlaciona con personalidad artística; y e) en la educación básica y en la media se encontró niveles de creatividad similares a los de la universidad’ (p.1).

En estudios pasados, se manifestaba que los hombres eran los que tenían mayores cualidades creativas al pasar el tiempo se fueron modificando estas opiniones con estudios más actuales que debatían esto. Sin embargo si analizando los contextos en los que se hacían las investigaciones se puede encontrar que anteriormente cuando los resultados arrojaban que los hombres eran más creativos había más participación masculina en este tipo de estudios que femenina. En un estudio de Garry Gelade (1995; citado Arrollo, 2006) menciona que las diferencias creativas del pensamiento divergente no son significativas entre hombres y mujeres.

En el presente estudio la única diferencia significativa fue precisamente en la dimensión de la creatividad verbal entre hombres y mujeres. Las mujeres presentan mayor creatividad verbal que los hombres.

Tablas

Tabla 1. *Medias y desviación standard de las 3 dimensiones.*

	Dimensión visomotora	Dimensión inventiva	Dimensión verbal
Media	8.9459	7.6689	7.2568
D.S.	1.77964	2.20123	1.79615

Tabla 2. *Promedios y desviación estándar según el análisis de varianza, de las dimensiones de la creatividad, por semestre.*

Semestre	Dimensión verbal		Dimensión aplicada/inventiva		Dimensión visomotora	
	Media	D.S.	Media	D.S.	Media	D.S.
1	6.58	2.44	7.11	2.25	8.67	2.16
3	7.33	1.49	7.94	2.14	9.58	1.70
5	7.66	1.40	7.91	2.22	8.89	1.54
7	7.37	1.59	7.69	2.17	8.71	1.62

Tabla 3. *Resultados de promedios según análisis de variación por dimensiones.*

Dimensiones	gl	F	P
Visomotora	3	1.923	.129
Aplicada/inventiva	3	1.115	.345
Verbal	3	2.570	.057

*p ≤ .05

Tabla 4. *Medias y D.S. de las tres dimensiones por género*

Dimensiones	Genero	Media	D.S
Visomotora	Femenino	9.0000	1.81265
	Masculino	8.8367	1.72418
Inventiva o Aplicada	Femenino	7.5657	2.27413
	Masculino	7.8776	2.05277
Verbal	Femenino	7.7551	1.61414
	Masculino	7.0101	1.83778

Tabla 5. *Valores de la prueba t de Studen para las tres dimensiones por género*

Dimensiones	t	gl	P
visomotora	0.524	146	0.601
inventiva	-0.81	146	0.419
verbal	-2.413	146	0.017

Bibliografía

- Arroyo, I. (2006). Investigación sobre creatividad percibida y viveza de imagen de los receptores. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.
- Briceño, E. (1998). La creatividad como un valor dentro del proceso educativo. *Psicología Escolar e Educativa*, 2(1), 43-51.
- Chávez, B., Zacatelco, F. y Acle, G. (2009). Programa de enriquecimiento de la creatividad para alumnos sobresalientes de zonas marginadas. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 7(2), 849-876. Recuperado de http://www.investigacionpsicopedagogica.org/revista/articulos/18/espagnol/Art_18_339.pdf
- Esteve, F (2008). *Análisis del estado de la creatividad de los estudiantes universitarios*. Recuperado de <http://www.increa.uji.es/arxiu/publicacions/increa/124.pdf>
- Frascara, J. (2004). *Diseño Gráfico para la gente*. Buenos Aires: Infinito.
- Ricupero, S. (2007). *Diseño gráfico en el aula. Guía de trabajos prácticos*. Buenos Aires: Nobuko.
- Rinaudo, M. y Donolo, D. (1999). *¿Creatividad en educación? Retos actuales de la enseñanza universitaria*. Recuperado de <http://www.unrc.edu.ar/publicar/cde/2h13.html>
- Sánchez, P., García A., Valdés, A. (2009). Validez y confiabilidad de un instrumento para medir la creatividad en adolescentes. *Revista Iberoamericana de Educación*, 50(6), 2-12
- Ziegler, M. (2000). Creatividad, aula y arte. *Revista de Educación*, (15) Recuperado de <http://educar.jalisco.gob.mx/15/15Ziegler.html>