



## Las estrategias instruccionales: ¿desarrollan la creatividad de los estudiantes de *Diseño Gráfico*?

---

ELÍAS, Amarilis

---

*Universidad del Zulia*  
*Facultad de Arquitectura y Diseño*  
*aelias@luz.edu.ve*

### Resumen

Una investigación de campo correlacional, descriptiva, en la que se determinaron las estrategias instruccionales que aplican los docentes que imparten clases en la especialidad de Diseño Gráfico y su relación con el desarrollo de la creatividad de los estudiantes de Diseño Gráfico, fue el origen de este artículo, en el cual se plantea que la aplicación de las estrategias instruccionales garantizan el aprovechamiento máximo de las potencialidades y las habilidades del estudiante, y que el docente debe adecuar los métodos con las acciones académicas en función de las necesidades y las posibilidades del estudiante, brindándole diferentes opciones para obtener aprendizajes significativos, lo cual contribuye con el desarrollo de su creatividad.

**Palabras clave:** Estrategias instruccionales, creatividad, estudiantes, diseño grafico.

### *Instructional strategies: Do they develop creativity in Graphic Design students?*

### Abstract

This is a research effort in the descriptive co-relational field in which instructional strategies that are applied by teachers in the Graphic Design area of specialization are determined as well as their relation to the development of creativity in students in this field. The

purpose of this article is this, the application of instructional strategies that guarantees the maximum development of student potential and ability, and the adequate application of methods and academic activity based on the needs and possibilities of the students, which offer different options in order to obtain significant learning situations which contribute to the development of creativity.

**Key words:** Instructional strategies, creativity, students, graphic design.

## Introducción

Venezuela requiere, en todos los sectores, profesionales formados y capacitados integralmente, de manera que cubran las expectativas y las exigencias de una sociedad en proceso de cambios que se gestan en las diferentes áreas del acontecer nacional (científico, tecnológico, económico, cultural, educativo, informativo y comunicacional, entre otros). Dentro de los cambios que produce la sociedad —específicamente en el sistema educación superior—, se ofertan nuevas carreras que contribuirán a resolver situaciones reales de nuestro medio, aquí y ahora, con miras al futuro desarrollo del país. La especialidad de Diseño Gráfico tendrá la tarea de ayudar a los seres humanos a comunicarse entre sí, y de cumplir con la preparación de profesionales que atiendan y satisfagan las necesidades que se presentan en el área de la comunicación visual, especialidad estrechamente vinculada a la creación para servir al hombre. El docente de esta carrera debe promover y estimular las potencialidades creadoras a través de la aplicación de estrategias instruccionales grupales que contribuyan con el desarrollo de la creatividad.

La creatividad es una de las características que debe poseer un estudiante y, en particular, el estudiante de diseño gráfico. Mediante la creatividad —uno de los procesos más interesantes desarrollados por los seres humanos— el individuo puede producir ideas, buscar las alternativas de viabilidad y construcción para poder llegar a expresarlas a otras personas, quienes deberán considerar la acción por su belleza, su utilidad y su adecuación. El estu-

dianamente desarrolla la creatividad con mayor facilidad si cuenta con docentes motivadores y creativos que apliquen estrategias y métodos variados y que ofrezcan las posibilidades de intuir, experimentar, innovar y crear.

## 1. Educación y competitividad

Venezuela se involucra en los avances científicos, tecnológicos e informáticos para adaptarse a la realidad y a las exigencias de los movimientos globalizantes, de modernización y de integración que se exige a las naciones latinoamericanas para obtener la competitividad. En el sector educativo, la puesta en práctica de acciones innovadoras parte del estudio de los diseños curriculares de las diferentes carreras que ofrecen las instituciones formadoras de recurso humano, adaptando los propósitos, los objetivos y las estrategias de forma tal que se adecuen a esa necesidad transformadora, para considerar todas las fortalezas y las oportunidades presentes para lograr la superación.

Además de hacer estudios profundos a los diseños curriculares para considerar los perfiles profesionales en función de los ocupacionales, ha sido necesario que el docente adecue sus conocimientos a las nuevas estrategias y desarrollar estudios de mercado para ofrecer carreras que cubran las expectativas de la sociedad en proceso de cambio.

Las universidades e institutos tecnológicos, como instituciones de la educación superior, han asumido compromisos con la sociedad y el recurso humano que se forma, con el propósito, según lo expresa la Universidad del Zulia (1995), de participar en el proceso de culturización de la sociedad, definir las políticas de formación de profesionales acordes con las necesidades sociales e institucionales, y establecer los lineamientos generales vinculados con el planteamiento curricular, los cuales deberán ser considerados de manera particular para formar profesionales con capacidad crítica y competitiva que le permitan moverse hacia estadios individuales y colectivos.

Los docentes son los primeros encargados de prepararse para poder servir de modelo ante sus estudiantes y, para ello, deben hacer uso de estrategias que determinen las metas y los objetivos básicos a largo plazo, con la adopción de acciones y la seguridad de recursos necesarios para lograr dichas metas, sirviendo de patrón para conseguir el éxito en el trabajo educativo.

No siempre estos resultados se han obtenido por cuanto “en la Universidad del Zulia es notorio que aumenta la matrícula pero disminuye la contribución de la tasa de graduados, lo cual ha bajado la productividad. Esto evidencia la falta de calidad de los aprendizajes en las universidades venezolanas” (Ávila, 1992:174). La situación planteada por Ávila presenta la realidad que se detecta en diferentes instituciones formadoras, esto hace ver la necesidad de formar al profesorado en estrategias, de manera que pueda estar en capacidad de utilizar los mejores medios para que los alumnos se motiven y obtengan los conocimientos necesarios para ejercer su profesión.

La responsabilidad para que los alumnos aprendan a aprender recae en el docente universitario, por lo que debe servir de mediador entre el conocimiento y el estudiante e ir en búsqueda de la calidad de los aprendizajes, haciendo uso de la creatividad para darle paso a la invención de conocimientos mediante el aprendizaje significativo, construido por el estudiante. La creatividad es un proceso que toda persona debe desarrollar, para dar muestra de sus potencialidades y de sus competencias que le permitan poner en práctica sus conocimientos. La creatividad, según Torrence (1988:65), “es el proceso de intuir elementos necesarios con el fin de formar nuevas ideas e hipótesis acerca de determinada situación” para posteriormente comprobar cuáles son las más acertadas, obteniendo así la solución al problema.

Las estrategias que maneja el docente se refieren a las herramientas que éste utiliza para desarrollar el contenido planificado, por lo cual debe tomar en cuenta a los alumnos a quienes dirige su instrucción, así como las técnicas y los recursos necesarios para desarrollar el proceso educativo.

Las estrategias instruccionales son consideradas por Díaz y Hernández (1995:70) como “los procedimientos o recursos utilizados por el agente de enseñanza para promover el aprendizaje significativo”. El docente maneja el diseño y el empleo de objetivos e intenciones de enseñanza, preguntas insertadas, ilustraciones, modos de respuestas, organizadores anticipados, redes semánticas, mapas conceptuales y esquemas de reestructuración de textos. Lo que se persigue con estas estrategias es propiciar la atención del estudiante para que pueda reflexionar, idear y crear, de acuerdo con sus experiencias y conocimientos, y producir su aprendizaje significativo.

El docente debe considerar las estrategias más idóneas que le permitan al alumno crear, y debe estar preparado, ser conocedor desde el punto de vista académico y didáctico, para seleccionar las estrategias adecuadas que desarrollen la creatividad. Se detecta, no obstante, que el estudiante no siempre da muestra de su creatividad por sentirse limitado por las herramientas que se le sugiere utilizar. Tal es el caso de los estudiantes de Diseño Gráfico, quienes tienen que dar muestra de su proceso creador, por cuanto esta carrera se define en el Currículo de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad del Zulia (1995:8) como “una disciplina proyectual en el área de la comunicación visual”; incluye una amplia gama de procesos creativos, sistemáticos y funcionales, cuyo ejercicio requiere del dominio de las técnicas de expresión, de una alta capacidad de valoración estética y de una sólida formación cognitiva que permita la interpretación del contexto sociocultural en el cual se desenvuelve, y la capacidad de comprender las instancias del lenguaje y sus mecanismos de comunicación.

Es preciso orientar las estrategias instruccionales hacia el desarrollo de la creatividad como uno de los objetivos fundamentales de la enseñanza del diseño gráfico, ya que tiene como finalidad

...Educar un profesional enmarcado dentro de las necesidades que, al respecto, presenta la sociedad; promover y estimular el pleno desenvolvimiento de las potencialidades creadoras, formando individuos con un espíritu y contenido de

una concepción integral de la cultura, para hacerlo apto para su desempeño futuro (UNICA, 1997:10).

Se requiere que los estudiantes de diseño gráfico desarrollen su proceso creativo mediante la puesta en práctica de los conocimientos teóricos-históricos-estéticos, el dominio de sistemas y de técnicas de expresión y la voluntad de innovación inserta en el proceso creativo, que le permitan competir en el campo laboral.

## **2. Estrategias docentes**

Mientras que para Hernández (1997:58), “la estrategia educativa se refiere a las vías posibles para facilitar, mediatizar u obstaculizar el logro del aprendizaje que se espera obtener”; según Ajá (1999), son el conjunto de acciones y técnicas que conducen a la consecución de objetivos preestablecidos durante el proceso educativo. Tradicionalmente, las estrategias instruccionales han sido consideradas como las acciones que tiene que prever el docente para asegurar el éxito en función de los alumnos; modernamente el concepto se maneja de manera más amplia, llegando a contener los siguientes aspectos: producto a obtener, características de los estudiantes, recursos a emplear, tiempo disponible y secuencial de las operaciones, así como los objetivos que se pretendan alcanzar. Rodríguez (1997) señala que las estrategias no deben tratarse en forma aislada dentro de los programas, sino en el contexto de su interrelación con los otros elementos del diseño instruccional, entre los que se deben tener en cuenta las necesidades del alumno, la renovación de estrategias y la forma de evaluación, apoyados en procesos sistematizados y de gestión.

La estrategia constituye el arsenal pedagógico que permite al docente organizar los objetivos de la instrucción, los métodos de enseñanza y las técnicas de evaluación de los aprendizajes. A partir de este concepto, el docente debe planificar acciones que integren los métodos, las técnicas y los recursos instruccionales más adecuados a la realidad y a los intereses de los estudiantes. Ninguna estrategia es superior a otra y su efectividad depende de la co-

recta selección y aplicación por parte del docente, en correspondencia directa con las características del equipo.

Las estrategias didácticas deben tener en cuenta además de los principios psicopedagógicos, las siguientes características: ser *innovadoras*, *flexibles*, *críticas*, *sociopolíticas*, *prospectivas* y *orientadoras*.

- La característica *innovadora* prevé la capacidad innovadora del docente, favoreciendo su flexibilidad y originalidad. Y se debe poner en práctica al momento de diseñar los objetivos, puesto que en la proyección del aprendizaje es cuando realmente se ofrecen al estudiante posibilidades de renovación. La metodología *innovadora* supone impulsar la actitud interrogativa de los estudiantes con la realidad cambiante y facilitarles los medios que los induzcan al pensamiento innovador más que al conservador.
- La característica *flexible* da cabida a nueva información de la sociedad, de la cultura y de la ciencia para actualizar, de manera general, los contenidos del currículo, según los acontecimientos científicos culturales y educativos del contexto social, prestando atención al aprendizaje individual que debe respetar al máximo el ritmo de cada estudiante.
- La característica *crítica* toma en cuenta el proyecto didáctico como una acción abierta al futuro y, por lo tanto, debe estar sujeta a revisión crítica constante.
- La *sociopolítica* se compromete con la realidad circundante, con el fin de mejorarla.
- La característica *prospectiva* supone el hecho de que el estudiante deberá poner en práctica los conocimientos adquiridos en un momento dado, lo cual hace imprescindible que domine con seguridad conceptos diversos y que emplee la información y preparación que posee en una sociedad en constante cambio.
- La característica *orientadora* es parte esencial de la educación por lo que el estudiante requiere los conocimientos

intelectuales, y orientar su trabajo de tal manera que pueda aprovechar al máximo sus posibilidades de desarrollo personal a través del aprendizaje que se le ofrece. La orientación se realiza en las tutorías y en el contacto diario con los estudiantes, para atender sus necesidades individuales.

Por otra parte, la estrategia *cooperativa* enfatiza el trabajo conjunto de los estudiantes en proyectos de aprendizaje cooperativos, engranados con la tutoría entre los compañeros y recibiendo una calificación basada en el rendimiento del grupo. La estrategia *Master y Learning* es un modelo de instrucción individualizada sobre la base de un programa estructurado, dividido en pequeños grupos de conocimientos a ser aprendidos. Esta instrucción se basa en la creencia de que todos los estudiantes pueden alcanzar los objetivos si se les instruye razonablemente, Mendler (2004) considera que, “todos los alumnos son capaces de aprender cuando, cuentan con las herramientas académicas y personales adecuadas para conseguirlo”.

Tomando como base los diferentes enfoques teóricos que tratan de explicar el fenómeno de aprendizaje, surge una gran variedad de modalidades, procedimientos o estrategias didácticas, con la finalidad de presentar diferentes maneras de conducir la acción educativa. Entre estas maneras Nerici, citado por Cegarra (1998), considera tres conjuntos de métodos: individualizado, colectivo y en grupo.

- El método didáctico *individualizado* se dirige directamente a cada estudiante, teniendo en cuenta las condiciones personales de preparación, de aptitud y de motivación. Entre ellos se pueden nombrar: Instrucción programada, Estudio dirigido individual y Estudio Supervisado.
- El método didáctico *colectivo* se dirige, al mismo tiempo y en la misma forma, a todos los estudiantes por igual, actuando sobre la base de un estudiante medio, como por ejemplo: método expositivo, demostrativo; de la radio y la televisión.
- El método didáctico *en grupos* hace énfasis en la interacción de los estudiantes entre sí y con el docente. Se basa en la dinámica de grupos. Entre ellos se encuentran: método *de discusión, estudio dirigido en grupos, debate* y el *panel*.

El método *demostrativo* es una estrategia utilizada por el docente para indicarle al estudiante cómo se hacen las actividades; el docente sirve como modelo, dando con ello la oportunidad de que el estudiante se imagine cómo lo va a hacer. En el área del diseño gráfico, por lo general el docente realiza un ejemplo o demuestra una técnica de arte o de actividad gráfica para que el estudiante tenga un punto de partida para desempeñarse, agregándole, por supuesto, su propia creatividad e iniciativa; puede valerse, además, de casos de estudios como modelos para ser analizados y reflexionados por el colectivo y obtener algunas determinantes claras que le permitan arrancar con sus propuestas de diseño.

### 3. Desarrollo de la creatividad

La creatividad —la cual se presenta como tema polémico de estos tiempos— tiene diferentes enfoques que se plantean en diversos terrenos. Heller (1993), destaca la creatividad no sólo como la producción de grandes inventos, sino también como aquellas mejoras cotidianas que incluyen desde una interpretación de la nueva tecnología para sacarle provecho, hasta la lucidez que conlleva a un nuevo enfoque de las relaciones humanas. De acuerdo con Solla (1997), la creatividad es la manera más económica de resolver problemas, es el mejor camino y el más barato para añadir valor agregado y diferencial a los recursos ya existentes. La creatividad se gesta en el individuo, y está estrechamente vinculado con la personalidad de éste, con el medio ambiente en el cual se desenvuelve y con los materiales con los cuales se puede crear. Según Acha (1992:29) “todo hombre nace con facultades, potencialidades o predisposiciones que le permiten aprender a realizar algunas actividades requeridas por su sociedad o momento histórico”. Estas cualidades deben ser convenientemente desarrolladas desde los primeros niveles de la enseñanza hasta la formación superior, en función de una metodología de la enseñanza que permita desarrollar en el estudiante los distintos niveles del conocimiento y la creación.

Ramírez, citado por Cegarra (1998:108), plantea que la creatividad es “el producto del descubrimiento y la innovación, porque ya se considera que el futuro de la sociedad depende en gran parte de los descubrimientos creadores y las innovaciones científicas y tecnológicas”. Este concepto corrobora que la creatividad existe en función del desarrollo de la sociedad y no de pocos individuos. Para Inacocha (1995:32) “Todas las personas son genéticamente creativas, llevan la creatividad en la sangre y en los cromosomas, razón por la cual la creatividad no se enseña, como no se puede enseñar a respirar ya que todos nacen respirando”, se enseñan otros conocimientos que el hombre no trae al nacer, pero que los puede desarrollar a través de un proceso de enseñanza–aprendizaje. Todos nacen creativos; ocurre que a lo largo de la formación del hombre, sobre todo en los primeros años, la educación, la familia y la sociedad van haciendo perder la capacidad creativa, se va sofocando en una pereza mental rutinaria que no lleva a buscar soluciones originales a los problemas.

En el diseño gráfico se deben facilitar métodos que estimulen el inconsciente y liberen la creatividad, ya que en esta área, además de producir resultados extraordinarios e interesantes, se deben dar soluciones a los problemas reales de la comunicación visual, puesto que ésta es una de las características que más opciones tiene de desarrollarse, según la metodología que se utilice a este nivel, por cuanto se debe atender a las necesidades e intereses de los estudiantes.

Tal situación le da la oportunidad de seleccionar las actividades y los recursos para que vaya creando, con base en su curiosidad y en sus deseos de innovar, tomando en cuenta la especificidad en cuanto al manejo de las variables formales-conceptuales y los objetivos sémicos de la comunicación. En el desarrollo de la creatividad se establecen diferentes niveles que se producen en el individuo por su capacidad imaginativa, su organización y su persistencia en el trabajo, y por su sensibilización ante el hecho y la adaptación a las nuevas situaciones que aparecen en la investigación.

El sentido de la creatividad está en adoptar nuevas formas para las diferentes funciones que cumplen los objetivos en el terre-

no del diseño gráfico. No es indispensable poseer mucha destreza para ser creador, pero en cualquier forma de creación existen grados de libertad afectiva o emocional, libertad para explotar, experimentar, o compenetrarse con la obra. Para Heller (1993:101) “es importante contar con un docente que permita que se den las fases del proceso creativo en el estudiante”.

La fase de cognición permite conocer en el más amplio sentido de la palabra y, por ende, incluye todo proceso mediante el cual el ser humano construye el pensamiento. Puede ser descrito como una experiencia de adquirir, transformar, crear y utilizar conocimiento. La fase de concepción ayuda a ver la esencia del problema y siente el impulso creador de revelarla. En la fase de construcción se comienza a concretar la idea con los medios, materiales y técnicas que estén al alcance, lo que después se conocerá en el mundo exterior como el producto o arte final. Durante la fase de comunicación, ya terminada la obra o diseño, se expone para que otros la vean y emitan sus juicios o críticas sobre el producto. En esta fase se puede leer —como espectador o como consumidor— la idea del arte final, presentado de manera gráfica o textual; cualquiera de las modalidades como se presente debe comprender, muy claramente, el mensaje para que el receptor lo interprete y consuma el producto o servicio que se ofrece y el proceso de comunicación sea efectivo.

## Conclusiones

La creatividad como estrategia puede enlazar el proceso creativo y la apariencia creadora en la presentación de la configuración de las enseñanzas de los sistemas educativos, en las técnicas de aprendizaje e incluso en los diseños curriculares. En los sistemas educativos, el docente debe buscar los medios más viables para propiciar oportunidades para que el estudiante —de forma individual, en grupos grandes o pequeños— pueda adquirir el conocimiento y elaborar las tareas que le exige cada una de las unidades para obtener los objetivos establecidos, la capacidad innovadora del docente, así como su flexibilidad y originalidad.

En el diseño gráfico, el docente debe facilitar métodos que estimulen el inconsciente y liberen la creatividad, ya que en esta área, además de producir resultados extraordinarios e interesantes, se deben dar soluciones a los problemas reales de la comunicación visual.

Las estrategias instruccionales desarrollan la creatividad del estudiante de diseño gráfico, por lo que el docente de diseño gráfico debe adecuar los métodos con las acciones académicas en función de las necesidades y de las posibilidades de sus estudiantes, brindándoles diferentes opciones para obtener aprendizajes significativos, aplicando estrategias orientadoras y garantizando el máximo aprovechamiento de las potencialidades y de las habilidades de los estudiantes; atendiendo, además, sus necesidades y sirviendo de base para lo que cada alumno debe hacer y ser, para que contribuya con el desarrollo de la creatividad, y para que pueda dar soluciones a las exigencias que demandan la sociedad.

## Referencias

- ACHA, J. (1992). *Introducción a la creatividad artística*. México. Trillas
- AJÁ, Ladéelo (1999). *Enciclopedia general de educación*. Barcelona. Océano.
- ÁVILA, F. (1992) *Diagnóstico de la educación superior latinoamericana*. Maracaibo. Universo.
- CEGARRA, I. (1998). *El docente como gerente en el aula y la aplicación de estrategias metodológicas para desarrollar la creatividad gráfica plástica en el niño*. Trabajo de Grado para optar al título de Magíster en Gerencia. Mención Sistemas Educativos. Universidad Bicentennial de Aragua. Maracay, Venezuela.
- DÍAZ BARRIGA y HERNÁNDEZ, A. (1998). *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo*. México. McGraw-Hill.
- HERNÁNDEZ, Carmen y DURÁN, Griseldina (1997) *Educación, creatividad y cerebro*. Valencia-Venezuela. Universidad de Carabobo.
- HELLER, Miriam (1993). *Nuevos paradigmas en educación (Teoría y práctica. El arte de enseñar con énfasis en procesos*. Maracaibo.
- INDACOCHEA, G. (1995). *Creatividad*. Maracaibo. EDILUZ.

- LA UNIVERSIDAD DEL ZULIA (1995). *Currículo Escuela de Diseño Gráfico*. Maracaibo.
- LA UNIVERSIDAD DEL ZULIA (1995). *Diseño curricular de la Universidad del Zulia*. Maracaibo. LUZ.
- MENDLER, Allen (2004). *Cómo motivar a estudiantes pasivos y desinteresados*. Barcelona. Ceac.
- RODRÍGUEZ, M. (1997). *Manual de planificación estratégica para instituciones universitarias*. Caracas.
- SOLLA, V. (1997). *Taller de creatividad lateral*. Venezuela. Fevap.
- TORRENCE, P. (1988). *Pedagogía de la creatividad*. México. Index.
- UNIVERSIDAD CATÓLICA CECILIO ACOSTA (1997). *Currículo del Programa de Diseño Gráfico*. Maracaibo.