



Enero 2018 - ISSN: 1989-4155

LA CREATIVIDAD EN LA FORMACIÓN DEL DISEÑADOR GRÁFICO

Lcdo. José Rivera Medina, Msc¹

Docente Titular de la Universidad de Guayaquil
jose.riveramed@ug.edu.ec

Lcdo. Edmundo Córdova Duran, Msc²

Docente de la Universidad de Guayaquil
jose.riveramed@ug.edu.ec

Econ. Jenny Medina Alvarado, MBA³

Docente Titular de la Universidad de Guayaquil
jenny.medinaa@ug.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

José Rivera Medina, Edmundo Córdova Duran y Jenny Medina Alvarado (2018): "La creatividad en la formación del diseñador gráfico", Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo (enero 2018). En línea:

<http://www.eumed.net/rev/atlante/2018/01/creatividad-disenador-grafico.html>

RESUMEN

La creatividad está presente en la formación del diseñador, es considerada en análisis, como un atributo propio de las habilidades cognitivas, en capacidad de integrar nuevas ideas a partir de los procesos mentales. El presente trabajo tiene por objeto realizar un estudio disciplinario-académico, el mismo que también indica de la aplicación de métodos descriptivos y valorativos para el esclarecimiento de variables conceptuales. El proceso en descripción y valoración de información, es a partir de la búsqueda, lectura y discernimiento de fuentes bibliográficas en libros y artículos indexados, cuyos autores presentan temas pertinentes al diseño en su desarrollo de pensamiento creativo, no sólo en la etapa formativa, sino también del campo profesional y laboral, es decir, de las habilidades y competencia en un diseñador. Es necesario, a futuro, investigar acerca de las habilidades de interacción con la sociedad demandante, en aplicación a otras disciplinas relacionadas con la praxis del diseño: Publicidad y Marketing.

Palabras clave: creatividad, diseño, cognición, competencias, profesión

ABSTRACT

¹ Docencia en Publicidad y Mercadotecnia, cuenta con estudios de pregrado en Gestión de Diseño y Comunicación Visual y maestría en Marketing y Dirección Comercial. Profesor de la Universidad de Guayaquil.

² Docencia en Diseño Gráfico en el área de Efectos visuales, cuenta con estudios en Diseño y Producción Audiovisual y maestría en Diseño y Gestión de Marca. Profesor de la Facultad de la Universidad de Guayaquil.

³ Docencia en Gestión de Proyectos de Diseño Gráfico y Dirección Cinematográfica, cuenta con estudios en Economía y Maestría en Dirección y Administración de Empresas. Profesora de la Universidad de Guayaquil.

Creativity is present in the training of the designer, it is considered in analysis, as an attribute of cognitive abilities, capable of integrating new ideas from mental processes. The purpose of this paper is to conduct a disciplinary-academic study, which also indicates the application of descriptive and evaluative methods for the elucidation of conceptual variables. The process in describing and evaluating information is based on the search, reading and discernment of bibliographic sources in books and indexed articles, whose authors present topics pertinent to design in their development of creative thinking, not only in the formative stage, but also of the professional and labor field, that is to say, of the skills and competence in a designer. It is necessary, in the future, to investigate about the skills of interaction with the applicant society, in application to other disciplines related to the praxis of design: Advertising and Marketing.

Keywords: creativity, design, cognition, competencies, profession

1. INTRODUCCIÓN

La creatividad es uno de los atributos más especiales de los seres humanos, pues implica de habilidades cognitivas que permiten integrarse a procesos mentales que van desde lo simple hasta lo complejo, para formar una idea que desemboca en un proyecto o puede ser plasmada físicamente para su apreciación. Si bien en 1970, la palabra creatividad “se encuentra categorizada como un neologismo inglés común, este concepto que no se consideraba incluido dentro de los diccionarios franceses usuales y de igual manera, tampoco aparecía en el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (RAE)” (Esquivias Serrano, 2004, pág. 3). En la actualidad, se pueden verificar dos definiciones del término creatividad, como (1) la “facultad de crear” y (2) la “capacidad de creación”, ambas son genéricas para la formación de conocimientos. A fin de entender cuáles son las características no visibles y directamente medibles en base a la conducta humana -intangibilidad-, se refiere a la línea base sobre el estudio de percepción, aprendizaje, personalidad y emociones; que, en referencia al proceso mental, el individuo responderá a estímulos o motivaciones que le permitirán interpretar en proceso, y crear en resultado a un aprendizaje.

De las primeras definiciones de creatividad: la conducta o actitud creadora es consecuencia de lo planteado por la RAE, pues, la creatividad en ejercicio, se define mediante comportamientos y hechos cotidianos, y su naturaleza es cognitiva; también de una estrecha relación con otros procesos no cognitivos, como los estados de ánimo y de afectividad (Romo, 1998). La producción creativa se ve determinada por dos condiciones humanas: la motivación propia en el ser humano y evidente en el comportamiento -un referente de la actitud-, y la capacidad integrada a la actividad u oficio -un referente de la aptitud-. Estas condiciones se ven reflejan en el campo académico y denotan ser el punto clave para la adquisición de conocimientos disciplinares; entonces, la institución en todos sus niveles académicos, social y cultural debe considerarse como un ente lúdico que motiva a seguir o a formar parte de un proceso de enseñanza-aprendizaje.

La primera parte del análisis, se indica que el proceso de formación para el diseñador podría ser *divergente*¹, debido a que el desarrollo de pensamiento es “abierto, menos analítico y restringido, necesario para afrontar problemas a los cuales corresponden varias respuestas más o menos acertadas” (Titone, 1986, pág. 124). En un mayor acercamiento al desarrollo creativo, destacan:

Las situaciones abiertas de aprendizaje, a partir de experiencias y emociones personales, con estímulo del pensamiento divergente en que el alumnado proyecta sus ideas, potencian la diferencia individual y la originalidad y se convierten en hechos claves y decisivos para una enseñanza activa y creativa. (Ballester Vallori, 2002, pág. 72)

En análisis y en valoración a los planteamientos de Titone y Ballester Vallori, el desarrollo creativo es una respuesta a la necesidad en común de las instituciones educativas por cambiar sus métodos de enseñanza en cantidad, a enseñanza en calidad; es decir, a mayor número de nuevos o inusuales métodos de enseñanza, el alcance a las metas de aprendizaje es o será cada vez mayor.

En cuanto a la verificación de capacidades y diferencias en los métodos de estudio, éstos obedecen a una divergencia que es direccionada en el ambiente de clase y dotada también de inteligencias múltiples, las mismas propuestas por Howard Gardner, quién ha establecido ocho tipos de inteligencias: mediante el razonamiento numérico, lógico y estructural (1) -inteligencia lógica-matemática-; el uso efectivo de las palabras en expresión a través de la voz y del texto (2) -inteligencia lingüística-; el lenguaje corporal para transmitir ideas, sentimientos y así crear o modificar formas (3) -inteligencia kinestésica-; el manejo del espacio con imaginarios que lo recorran (4) -inteligencia espacial-; percibir, transformar y también expresa melodías en ritmo y tono (5) -inteligencia musical-; clasificar, distinguir y utilizar elementos presente en el ambiente, mediante observación, exploración y reflexión (6) -inteligencia naturalista-; la auto organización, dirección y control, a modo de interiorizar disciplina, comprensión y estima (7) -inteligencia intrapersonal-; capacidad de transmitir pensamientos y actitudes a los demás, en contraste al propio estado de ánimo -inteligencia interpersonal-.

Es importante acotar en idea a lo propuesto por Gardner, que un diseñador tiene en ventaja competitiva el poder de generar diversidad de composiciones en formas, tonos o matices, tamaños y distribución espacial; estas capacidades cuentan con un procesamiento en el sector derecho del cerebro -pensamiento divergente-, mientras que, en el sector izquierdo del cerebro, el procesamiento es racional y técnico -pensamiento convergente-.

Los campos de la ciencia que han acogido a la creatividad como un factor influyente a su proceso de enseñanza-aprendizaje, con el paso del tiempo han debido transformar sus metodologías conductistas a modalidades constructivistas, y así, incrementar el número de colaboradores al proceso académicos y multidisciplinario: psicólogos, pedagogos, científicos, artistas, diseñadores, comunicólogos, políticos, empresarios, publicistas, docentes, etc., quienes investigan y se apasionan con su estudio. Es por ello conveniente determinar un enfoque disciplinario-académico: en relevancia al desarrollo creativo y en pertinencia a la formación del diseñador gráfico; en consideración a todo lo anterior, una idea clave: las habilidades en el diseñador en interacción con una sociedad demandante.

2. UN BREVE ESTUDIO ACERCA DE LA CREATIVIDAD

La creatividad es equivalente a “la novedad y la aportación”, ambos requieren de un proceso por demás sofisticado y complejo para la mente humana. A continuación, algunas de las teorías sobre la creatividad y sus exponentes: entre los principales se encuentran Wallace (1926-1930), “quien enfoca el proceso creativo tomando en cuenta diversas fases: (1) *preparación*², (2) *incubación*³, (3) *iluminación*⁴ y (4) *verificación*⁵” (citado por Goñi, 1999, pág. 30). Otro de los principales teóricos es Guilford (1950), quien “afirma que la creatividad no equivale en modo alguno a la Inteligencia”, dicho planteamiento consiste en “medir la creatividad del mismo modo que se había medido hasta ese momento la inteligencia, buscando características para descubrir cuál es el grado de creatividad que posee” (citado por Obradors, 2007, pág. 68).

A partir de la década de los noventa, Sternberg y Lubart (1997), “se centran en la persona creativa y manifiestan que ésta se considera así, cuando genera ideas relativamente nuevas, apropiadas y de alta calidad” (citado por Chacón Araya, 2005, pág. 4); por otra parte, Trigo et al. (1999), anteponen en su definición sobre la creatividad, como “una capacidad humana que

en mayor o menor medida todo el mundo posee” (pág. 25); un año antes, Csikszentmihalyi (1998), manifestó que la creatividad “es un proceso de transformación de un campo del conocimiento, esa transformación la realiza una persona y a su vez el cambio realizado debe ser reconocido por sus pares” (citado por Boccardo, 2006, pág. 25). A partir del nuevo milenio, Gardner (2001), en su análisis hace referencia a “las relaciones entre creatividad e inteligencia y concluye que la relación entre ambos procesos demuestra ser compleja e intrigante” (citado por Elisondo & Donolo, 2010, pág. 221).

Cabe indicar que, las personas creativas dan a notar determinadas inteligencias, generalmente son dos que más se destacan en una persona. Es necesario también indicar que, el ser humano tiene la capacidad para adaptarse a diferentes escenarios o circunstancias, de ese modo, asegura su estancia o vivencia, de lo cual manifestará necesidades básicas, sociales o de autorrealización, de ahí la conducción a su estado de ánimo u orgánico que le permite entablar diversas soluciones para cubrir dichas necesidades; a partir de esta premisa, se puede deducir que en las necesidades está de por medio una generación de ideas para el planteamiento nuevas de soluciones.

En otro análisis de Gardner (2011), explica sobre la creatividad, como la creación de un producto o el hallazgo de nuevos usos, beneficio o atributos; así también, la creatividad es imprescindible ante una valoración social y cultural, es decir, previo a la evaluación de la comunidad, ésta es una potencial creativa; es necesario su acometimiento por parte de la comunidad o cultura. El presente trabajo permitirá en los siguientes contextos inferir sobre el desarrollo creativo en la formación del diseñador.

3. CARACTERÍSTICAS DE LA PERSONALIDAD CREATIVA

El Pensamiento y la actitud, ambos casos son variables establecidas en valoración de la personalidad, en igual forma que se destacada también la medición del potencial y nivel creativo que el ser humano posee; es así que, la *novedad*⁶ representa uno de los elementos latentes en la creatividad, que consiste en “elaborar rasgos de personalidad que diferencien a las personas creativas del resto de seres humanos” (Rinaudo, 2002).

Las definiciones de la personalidad creativa varían según criterios de sus exponentes: En primera instancia, el aporte de Maslow (1983), basado en el título original “The farther reaches of human nature” (1971), explica sobre la personalidad y su “correlación con la creatividad”, indica también que, “la persona creativa va en una clase especial o particular de ser humano, en lugar de ser simplemente un ser común y corriente, que adquiere nuevos bienes extrínsecos, una nueva habilidad” (págs. 100-101).

El siguiente aporte de Rodríguez Estrada (2005), involucra a tres características de la personalidad creativa: (1) *cognoscitivas*, que reúnen herramientas como son la percepción, la intuición, la imaginación, el criterio y el intelecto; (2) *afectivas*, éstas reúnen otros elementos como la autoestima, la soltura, la libertad, la pasión y la audacia; y (3) *volitivas*⁷, que destacan cualidades como la tenacidad, la tolerancia y la capacidad de decisión (citado por López & Navarro, 2010, págs. 151).

Las recientes definiciones presentes en esta investigación, permiten describir características y aptitudes que deben ser evidentes en la personalidad creativa, como el hábito de la observación-captación a los detalles y a los aspectos generales de situaciones o entornos que inciden al ser humano, quien, mediante percepción, se auto provee de ideas, y en intuición con la realidad que tiene a su frente, determina soluciones. Para esto, hay dos capacidades humanas e intrínsecas al proceso de pensamiento: el sentido (1) común-literal y el sentido (2) crítico-valorativo; el primero, es el desarrollo basado en el conocimiento de habilidades, de

actitudes y valores para una futura distinción en resultados; el segundo, es la administración de criterios en decisión a qué acciones y recursos deben de ponerse en marcha, es así que, el ser creador, en cuanto a su imaginación, tiene a su haber elaborar y remodelar el usos de sus recursos (ideas); en base al criterio, está en la capacidad de discernir y distinguir datos acorde a su informante (fuente: emisor), además denota de un inconformismo cognitivo que lo obliga así mismo a comparar diferentes escenarios (Núñez, 2014).

Una vez más, Maslow (1991), define a la creatividad de la autorrealización, y en su análisis hace énfasis a “la personalidad, más que en sus logros”, determinando a éstos como “*epifenómenos*⁸ desprendidos por la personalidad” (pág. 258), es decir, aquellas características efímeras o banales que no le otorgan el mayor grado de relevancia a la personalidad creativa; los fenómenos más comunes, el materialismo y la apariencia, ambos reflejan banalidad, no son aportantes al desarrollo creativo, por lo tanto, no demandan de un proceso de pensamiento. La contraposición a este caso, exige de una complejidad en su desarrollo mental, debido al interés que la persona creativa funge al momento de brindar soluciones que sean socialmente *redituables*⁹.

4. PROBLEMAS ACTUALES EN LA FORMACIÓN DEL DISEÑADOR

La valoración profesional que se le puede otorgar a un diseñador, es a partir de entender cuál es su rol en la comunicación, de crear significados y la asimilación de los mismos como fenómenos socio-culturales. Entendiendo así, que los diseñadores asumen la responsabilidad de producir la dotación comunicativa y objetual de una sociedad, para conocer los rasgos propios de la cultura, lo mismo que están presentes en la formación disciplinar del diseño, que concentra todos sus procesos de enseñanza en variables como son los estilos y corrientes artísticas, tendencias y moda.

En primer análisis, la relación permanente entre comunicación y diseño, Frascara (2004) explica de los diseñadores y su desempeño en “comunicaciones dirigidas a cambiar las actitudes del público”, en sectores aparentemente no comerciales como es la salud; por lo tanto, el objetivo en actividad, no es precisamente “producir comunicaciones visuales”, es analizar el impacto que esas “comunicaciones puedan tener en las actitudes, el conocimiento y el comportamiento de la gente” (pág. 23).

En segundo análisis, la formación del diseñador demanda de un desarrollo creativo, en fluidez y consolidación de ideas, de conocer sobre la comunicación y poseer capacidades sociales que le faciliten la venta no solo de su trabajo -obra o diseño-, también de la promoción personalizada a partir de estrategias que permitan potencializar su trabajo, y así cumplir su objetivo y el del cliente. En un siguiente caso, Gaitto (2017) plantea una idea puntual sobre “el diseño y la formación de los diseñadores”, estableciendo así, un pensamiento en “valor político y ético de la docencia y la producción del saber” (pág. 25); a esto, a criterio de los autores, se suman elementos claves-pertinencia, relevancia y aporte- ante la definición de problemas que emergen en el desarrollo académico-diseñador-: la *pertinencia*, acorde a la demanda social y productiva de un país, es en garantía la formación de calidad -utilidad futura en el ejercicio de la profesión- para aquellas personas -diseñadores- que desarrollan bajo pensamiento creativo -divergente-, paradójicamente, deben ajustarse a la necesidad de concientizar a la población o sociedad en idea de generar cambios de actitudes y de valoración frente a situaciones que afectan o aquejan a su entorno; la *relevancia*, está presente como un indicador de valoración a los resultados del desarrollo creativo, esta idea está en respuesta a los requerimientos establecidos a la demanda por parte de la población, es decir, a la solución de problemas para el mejoramiento de procesos de distinto orden; y el *aporte*, en una sencilla definición, es la importancia de la creatividad dentro de la formación del diseñador, y también cómo ésta se adhiere a modo de capital en *economía intangible*¹⁰.

En un tercer análisis, Manzini (2009) plantea un “nuevo conocimiento del diseño” contemporáneo:

Diferenciar espacios de encuentro hacia la conformación de grupos, comunidades, centros de investigación que fomenten el trabajo colaborativo, interdisciplinar en donde el diseñador pueda llevar una responsabilidad social con un pensamiento autónomo, permite tomar decisiones desde su reflexión como individuo frente al mundo que habita, proyectarse, investigar, crear estrategias en la formación del nuevo conocimiento. (citado por Durán Bobadilla & Mancipe Lopez, 2018, pág. 179)

En este planteamiento de Manzini, analizado por Durán Bobadilla & Mancipe Lopez (2018), indica sobre el “rol del diseñador” frente a las conductas sociales en el día a día. En dicho contexto, está como base de análisis la autonomía del pensamiento; si bien, los autores presentan a la creatividad como eje en la formación del diseñador, de igual forma, se han considerado el dominio conceptual, teórico-práctico, para consolidar “acciones de mejoramiento” y resultado de “aplicación ideal de la teoría y la práctica” (pág. 178-179).

De los planteamientos anteriores, es necesario acotar sobre el direccionamiento a una cultura investigativa en los diseñadores, quienes, en su preocupación e interés por recibir una educación más integral y *holística*¹¹, ajustan sus -competencias- a los requerimientos de un mercado laboral cada vez más competitivo. Cabe indicar, que dichos requerimientos van a fortalecer en la competitividad del diseñador, no tan sólo laboral o en el ejercicio de la profesión -visión-, también de su aprendizaje en la formación de conocimientos -misión: *epistemología*¹² y *praxis*¹³-, es así que, los autores lo definen como la filosofía de diseño. De acuerdo a este nuevo planteamiento, Frigerio et al. (2007) cita en definición clásica de Aristóteles, quien clasifica a la filosofía en tres tipos: “teórica, práctica y poética”, determinando a la praxis como la línea de enlace a estas filosofías (pág. 11).

Los autores acogen el aporte de Frigerio et al., para destacar que la práctica del diseño es llevada a cabo a partir de los conocimientos teóricos adquiridos por la academia, y en ayuda a la generación de ideas o de propuestas novedosas de un propio *insight*¹⁴, es decir, de la habilidad para suponer estrategias, en conjetura a la variabilidad: consumidor, cultura según región o país, sector o mercado donde emerge la demanda, competencia, valores que se transmiten en imagen.

Los autores han tomado las referencias teóricas (Frascara, 2004; Gaitto, 2018; Durán Bobadilla & Mancipe Lopez, 2018; Frigerio et al., 2007), a fin de establecer una idea en análisis: el diseñador adopta a la praxis a un estilo de vida que pueda verse identificado a su perfil. Entonces, *¿cuáles son los estilos de vida que acoge un diseñador?* (1) El diseño independiente, se caracteriza por el trabajo autónomo ya sea en uno o varios proyectos con una cierta duración. Cuantifica por horas su trabajo realizado para un cliente.

Es evidente que cuenta con muchas ventajas al trabajar dentro de una empresa, ya sea por la comodidad de tener su propio horario y no tener la presión de ninguna superioridad, ya que es él mismo quien toma las riendas de su trabajo. También pueden ser objeto de algún tipo de presión dependiendo del cliente y el tiempo límite que tenga para entregar algún proyecto a pedido. (2) El diseño en imprenta, tiene como punto central el arte final, lo que es el paso previo a la impresión y reproducción de cualquier pedido gráfico. Teniendo en cuenta que de poco sirve tener buenas ideas o proyectos innovadores, si no se tiene pleno control sobre el manejo de las técnicas que garanticen una correcta publicación a futuro. (3) El Diseño en agencia publicitaria, tiene a su haber la preparación de las campañas publicitarias y del buen uso de las herramientas al momento de supervisar y manejar ilustraciones. Y, (4) el Diseño de

editorial, que corresponde a la maquetación de publicaciones ya sea en revistas, libros o periódicos.

En definición a la *formación del diseñador* y en contexto del problema, éste no trabaja con valores empíricos e irrefutables, y es susceptible de ser reinterpretado. Además de estar sujeto a todo tipo de críticas, objetivas o subjetivas, sin necesidad de requerirlas; no está dispuesto a que su trabajo sea menospreciado, que es lo que generalmente ocurre cuando las críticas llegan desde la propia ignorancia social, y puede muchas veces venir ya sea de algún cliente y de la superioridad -el denominado jefe-.

En cuanto a la *creatividad*, es uno de los puntos fuertes y álgidos en los diseñadores, ya que ésta; es una habilidad que les permite un mejor desenvolvimiento en su ambiente laboral por tener un constante flujo de ideas al momento de crear algún tipo de arte como herramienta de soluciones, porque al hablar de *destrezas* en el diseño, se sobreentiende como la facultad que tienen ciertas personas para proyectar sus ideas de forma notable en dominio pleno, y al mismo tiempo la habilidad para manejar herramientas y situaciones adecuadamente.

5. COMPETENCIA Y HABILIDADES DEL DISEÑADOR

Cuando ha llegado el momento de poner en práctica lo aprendido en la academia, el diseñador se puede encontrar con aspectos que son fundamentales en lo profesional, pues no basta ser creativo o poseer una habilidad extraordinaria para generar ideas, para triunfar en el campo. Sino que, también necesita desenvolverse de manera competente y eficiente, aspectos que regularmente se mejoran con el pasar del tiempo y la adquisición de experiencia propia de un empleo.

En propósito de analizar las competencias que un diseñador debe poseer, Ariza et al. (2011) proponen que, para la formación de pregrado, es vital proporcionar: (1) “alto nivel cultural y preparación científica a mayores segmentos de la sociedad”, también de la (2) “formación eficaz a los profesionales que conformarán la futura espina dorsal de la universidad” (pág. 71); tomando en cuenta lo anterior, las competencias y habilidades son aspectos que no solo debe desarrollar un diseñador, sino todo profesionista, en toda carrera ya que la creatividad es un aspecto cognitivo que se desarrolla individualmente en cada ser humano.

En un mundo globalizado cuyo campo de trabajo esta atestado de profesionales, quienes con determinadas habilidades a su haber, obtienen un plus en sus currículos al momento de solicitar un empleo, para esto el diseñador necesita expandir sus conocimientos al igual que cualquier otro profesional (Necuzzi, 2018); un ejemplo de esto, es la carrera de comunicación social, que no solo se necesita redactar y locutar o desenvolverse en tareas tradicionales de un comunicador, sino que también debe saber de fotografía, camarografía y hasta diseño.

De los aspectos anteriormente señalados, la solución no precisamente es cambiar el perfil o estructura de la carrera, al contrario, el alcance es con la práctica y la necesidad de aprender. Este mismo escenario vive un egresado de diseño al incursionar en sus primeros trabajos. El poseer o no habilidades y competencias que posibiliten un escenario más amplio de trabajo, depende no solo de la institución en la que este se educó (aunque ella debe propender a desarrollarlas) sino de que el mismo egresado tenga contacto e interés por cubrir las falencias que quizás observe (Galán, 2018).

A continuación se mencionan algunas de las más importantes competencias que un diseñador debe poseer: (1) *pensamiento crítico o resolución de problemas*, si bien este aspecto puede desarrollarse mediante la participación en trabajos de equipo, es sobre todo algo que un creativo debe desarrollar como parte de su vida personal y profesional; (2) *comunicación*, el

diseñador es un comunicador, como tal busca dar a conocer, convencer, compartir y hasta viralizar sus creaciones, pero no solo es necesario desarrollar esta capacidad para vender su trabajo y que este cause los efectos esperados por el cliente; (3) *Idiomas*, no solo por el hecho de que la mayoría de los programas y herramientas que utiliza un diseñador están en otro idioma, sino porque dominar una lengua popular internacionalmente, como el inglés, puede abrir muchas puertas al momento de que el egresado busque un empleo.

En la actualidad el conocimiento del idioma antes mencionado no siempre garantiza que el diseñador se quede con una vacante de empleo, pues las grandes empresas solicitan en su mayoría, que el aspirante al empleo maneje más de un idioma además de su lengua natal, y es así que el diseñador se abre a oportunidades de internacionalizar su trabajo y ser conocido más allá de sus fronteras geográficas.

En cuanto a las habilidades se refiere, hay que destacar que estas son más bien de personalidad y actitud, poseerlas puede garantizar un agradable ambiente de trabajo y excelentes cartas de recomendación para otros trabajos: (1) *inteligencia emocional*, como en todo ambiente laboral es importante contar con esta habilidad social, que si bien no tiene nada que ver con el diseño u otra profesión, si es importante a la hora de convivir con otros, y el diseñador por lo regular se encuentra en un departamento de comunicación o relaciones públicas, además de que los seleccionadores de las empresas se fijan mucho en esto, para garantizar un óptimo ambiente de trabajo; (2) *manejo del estrés*, el diseñador gráfico es básicamente quien desarrolla y gestiona la imagen visible de una marca o empresa, y al estar sujeto a esta presión o a cuestionamientos, reducciones de tiempo y supervisión de su trabajo, puede verse afectado física y psicológicamente por el estrés. Es por esto que el creativo debe idear formas de relajarse y mantenerse en un estado anímico óptimo para el desarrollo de su trabajo.

6. Conclusiones

Ante la formalidad de la condición creadora en el ser humano, el resultado debe ser percibido en creatividad implícita a la práctica del diseño y a la multidisciplinariedad, debido su estudio conjuntivo en diversos saberes y estilos. Según cuál sea su enfoque, la relevancia es contribuyente en el quehacer investigativo y académico, debido a que la creatividad implica la interacción de la fluidez -en base al número de ideas-, la flexibilidad -variación de las perspectivas planteadas en ideas-, la originalidad -a partir de la irregularidad de las ideas-, y la elaboración que es -más allá de lo requerido por estímulo-.

La creatividad podría verse definida como una característica propia del ser humano en medición y presentación de las competencias, en ejercicio de las habilidades y en valoración al reconocimiento social otorgado; así también, la creatividad está relacionada con el proceso enseñanza-aprendizaje. Es decir, del diseño provechoso para la sociedad y funcionales ante la misión de satisfacer las necesidades de los consumidores, y en resolución a las demandas emitidas por un público cada vez más exigente.

El rol del diseñador ante su entorno sociocultural. Persiste en los autores el interés por ahondar en estudios de autoexpresión y esteticismo, en simplificación de los estilos, corrientes del arte, tendencias y moda en diseño, que conllevan convergentemente al desarrollo personal de una o diversas habilidades artísticas en formación académica y en estilos únicos, a fin, de que el diseñador sea capaz de expresar un mensaje claro y eficiente ante un público receptor.

En consecuencia, a todo lo anterior, el diseñador necesita de un dominio multidisciplinario -trabajo al servicio de los variados campos del conocimiento, de la constante actualización de información, técnicas, tecnologías y tendencias, las cuales deben adaptarse conforme vayan

apareciendo en el mercado, y en la práctica de la profesión se presentan retos -competencia-, en intención de optimizar el tiempo y los recursos -innovación-, es allí cuando un diseñador resalta entre las demás profesiones, pues la clave de la praxis es proveer soluciones ante problemas de la comunicación visual. también es importante el trabajo forjado en equipo, la facilidad de dar a entender sus ideas, antes y después del desarrollo gráfico-visual, en especial, a la habilidad social requerida en primera instancia, a partir del momento de acudir a una entrevista de trabajo, pues en el campo laboral y profesional no basta ser un creativo, también es importante la condición de ser humano empático y sociable.

NOTAS

1. Divergente. Como pensamiento, "se caracteriza por disponer de un abanico de alternativas" -ideas-, en oposición al pensamiento convergente, es un proceso flexible, fluido y original (De Zubiría Samper, 2006).
2. Preparación. Goñi (1999) indica de esta definición

...con respecto al orden en el cual se debe dirigir la atención a los elementos sucesivos de un problema, (...) el trabajo voluntario de preparación ya ha sido realizado o se encuentra en curso, y para cualquiera de los cuales puede surgir una respuesta durante la etapa de la iluminación". (pág. 43)
3. Incubación. Goñi (1999) indica que "abarca dos asuntos diferentes (...) el primero es el hecho negativo de que durante la incubación no piensa voluntaria o conscientemente sobre un problema en particular, y el segundo es el hecho positivo de que una serie de eventos mentales inconscientes e involuntarios ocurren durante ese período" (pág. 43)
4. Iluminación. Goñi (1999) presenta la siguiente definición: "el surgimiento de una idea nueva en forma instantánea e inesperada", (...) como un hecho involuntario o como la culminación de una exitosa cadena de asociaciones, que pueden haber durado un tiempo considerable, y que han sido precedidas por una serie de tentativas y sucesiones infructuosas, tan rápido que parecen ser instantáneos" (pág. 44).
5. Verificación. Goñi (1999) indica en definición que es "enteramente consciente, y en ella se utilizan series de reglas lógicas y matemáticas" (pág. 44). También, Cerda Gutiérrez (2006) hace eco ante esta definición, como "un conjunto de pruebas empíricas que demuestren o confirmen hipótesis, (...) es posible seleccionar todas aquellas actividades que satisfagan las necesidades que se plantean y definir criterios en la preparación del escenario que permitirá resolver los problemas" (pág. 85).
6. Novedad. Motivación, apertura de otras posibilidades e invitación a la búsqueda (Lamata Cotanda, 2006, pág. 5).
7. Volitivo, va. Según RAE. Perteneciente o relativo a la voluntad.
8. Epifenómeno. Según RAE. Fenómeno accesorio que acompaña al fenómeno principal y que no tiene influencia sobre él.
9. Redituable. Según RAE. Que rinde periódicamente utilidad o beneficio.
10. La economía intangible puede definirse como "la inversión en capital ligado al conocimiento que debe tratarse de la misma forma que la inversión en planta y equipo" (COTEC & Ivie, 2017)
11. La educación holística refiere a conjunto de proposiciones, como se presentan a continuación: "la educación como relación humana y abierta, del cultivo de lo crítico de muchos contextos en la vida de los educandos: moral, cultural, ecológico, económico, tecnológico y político; así mismo de conocer modos intuitivos, creativos, físicos y en contexto" (Wompner, 2008, pág. 52).
12. Epistemología. Según RAE. Teoría de los fundamentos y métodos del conocimiento científico.
13. Praxis. Según RAE. Práctica, en oposición a teoría o teórica.
14. Insight. "Una comprensión de la naturaleza real de las cosas, un entendimiento profundo de las mismas más allá de los que es obvio" (Cuesta, 2012, pág. 46).

BIBLIOGRAFÍA

Ariza, V., Guadalupe, G., Rogel, E., Valdovinos, S., & Moreno, L. (2011). La titulación intracurricular en el Programa de Diseño Gráfico de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ). *Perfiles educativos*, 33(132), 67-89.

Ballester Vallori, A. (2002). *Seminario de aprendizaje significativo*. Obtenido de El aprendizaje significativo en la práctica. Cómo hacer el aprendizaje significativo en el aula: http://www.aprendizajesignificativo.es/mats/El_aprendizaje_significativo_en_la_practica.pdf

Boccardo, R. (2006). *Creatividad en la ingeniería de diseño*. Caracas: Editorial Equinoccio.

Cerda Gutiérrez, H. (2006). *La creatividad en la ciencia y en la educación*. Bogotá: Cooperativa editorial Magisterio.

Chacón Araya, Y. (2005). Una revisión crítica del concepto de creatividad. *Revista Electrónica "Actualidades Investigativas en educación"*, 5(1).

COTEC; Ivie. (4 de Abril de 2017). Obtenido de <http://cotec.es/media/AF-la-economi%CC%81a-intangible-en-Espan%CC%83a-VFINAL.pdf>

De Zubiría Samper, J. (2006). *Teorías contemporáneas de la inteligencia y la excepcionalidad*. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio.

Duarte Briceño, E. (1998). La creatividad como un valor dentro del proceso creativo. *Psicología Escolar e Educativa*, 2(1), 43-51.

Durán Bobadilla, L. P., & Mancipe Lopez, L. D. (2018). Enfoques teóricos de diseño que propenden hacia el desarrollo sostenible de Latinoamérica. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos](69)*, 175-193.

Elisondo, R. C., & Donolo, D. S. (2010). ¿Creatividad o inteligencia? That is not the question. *Anales de psicología*, 26(2), 220-225.

Esquivias Serrano, M. T. (2004). Creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones. *Revista digital universitaria*, 5(1), 2-17.

Frigerio, M. C., Pescio, S., & Piatelli, L. (2007). *Acerca de la enseñanza del diseño. Reflexiones sobre una experiencia metodológica en la FADU*. Buenos Aires: Ediciones Fadu.

Fundación Creativación. (19 de Marzo de 2015). *Definición de creatividad por varios autores*. Obtenido de <http://www.fundaciocreativacio.org/es/blog/el-blog-creativador/definicion-de-creatividad-por-varios-autores/>

Gaitto, J. (2018). La función social del diseño o el diseño al servicio social. *Cuaderno del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos](69)*, 21-29.

Galán, B. (2018). Reconstruyendo el entramado de una sociedad creativa. Estrategias para la formación de diseñadores en contextos de complejidad. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos](67)*, 63-100.

Gardner, H. (2011). *Mentes creativas: una anatomía de la creatividad*. Páidos.

- Goñi, A. (1999). *Desarrollo de la creatividad*. Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Juárez Martínez, A., Lasso Sánchez, M. d., Lomelí Urquieta, L. M., & González Zambrano, M. d. (2006). *Psicología. Texto para bachilleres*. México: Editorial Umbral.
- Lamata Cotanda, R. (2006). *La actitud creativa: ejercicios para trabajar en grupo la creatividad*. Madrid: Narcea.
- Lara Coral, A. (2012). Desarrollo de habilidades de pensamiento y creatividad como potenciadores de aprendizaje. *Revista Unimar*(59), 85-96.
- López, O., & Navarro, J. (2010). Rasgos de personalidad y desarrollo de la creatividad. *Anales de Psicología*, 26(1), 151-158. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16713758018>
- Maslow, A. (1983). *La personalidad creadora*. Barcelona: Editorial Kairós.
- Maslow, A. (1991). *Motivación y personalidad*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Mitjans Martínez, A. (1991). La relación entre personalidad, creatividad y motivación. Implicaciones en la práctica educativa. *Revista cubana de Psicología*, 8(2-3), 117-125.
- Necuzzi, C. (2018). Educación, enseñanza y didáctica en la contemporaneidad. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]*(67), 19-37.
- Núñez, C. (2014). *Creatividad: El Aura del Futuro*. San Juan: Universidad Nacional de San Juan.
- Obradors, M. (2007). *Creatividad y generación de ideas. Estudio de la práctica creativa en cine y publicidad*. Barcelona: UAB-UPB.
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2014). *Definición .de*. Obtenido de <https://definicion.de>
- Pérez, A. (2015). *Creatividad en alumnos de primaria: evaluación e intervención*. Obtenido de https://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/129409/1/DPETP_Garc%C3%ADa-P%C3%A9rezOma%C3%B1a_CreatividadEducaci%C3%B3n.pdf
- Real Academia Española. (s.f.). Obtenido de Diccionario de la lengua española: <http://dle.rae.es>
- Rinaudo, M. (2002). Reseña de "creatividad". El influir y la psicología del descubrimiento y la invención". De Mihaly Csikszentmihalyi. *RED. Revista de educación a distancia*.
- Romo, M. (1998). Teorías implícitas y creatividad artística. *Arte, individuo y sociedad*(10), 11-28.
- Soto, G. e. (2015). Creatividad y sus dimensiones: ¿De qué hablamos y qué evaluamos? *Universitas Psychologica*, 14(3), 15-24.
- Sternberg, R., & O' Hara, L. (2005). Creatividad e inteligencia . *Cuadernos de información y comunicación*, 113-149.
- Titone, R. (1986). *Psicodidáctica*. Madrid: Narcea.
- Trigo, E., & colaboradores. (1999). *Creatividad y motricidad*. Zaragoza: Inde publicaciones.

UNESCO. (2017). *Desafíos de la educación*. Obtenido de <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001591/159155s.pdf>

Wompner, F. (2008). *Inteligencia holística. La llave para la nueva era*. Osorno.