

CreoSer

Desarrolla tu ser creador

**Herramienta didáctica para potenciar el desarrollo
de la confianza creativa en estudiantes de Diseño
Gráfico de Bellas Artes, Cali**

Presentado por: Karen Alexandra Dossman Grisales



**Trabajo de grado para optar al título de Magister en
Innovación Educativa**

ASESOR MILTON BENTANCOR

UNIVERSIDAD ICESI

CALI, COLOMBIA 2025

Agradecimientos

A Dios y a la Virgen María, por hacer posible lo imposible.
A la profesora Lucila, por acompañarme en cada paso, por sostenerme cuando dudaba, por darle forma y rumbo a este trabajo, por convertir el caos en camino, pero, sobre todo, por ser profundamente humana.

Al profesor Milton, por creer en mis ideas y defenderlas con firmeza; por calmar mis nervios en la recta final y llamarme “master” antes de que yo lo creyera posible.

A mi familia, por su apoyo incondicional; especialmente a mi hermano Francisco, por ser mi mejor dupla.

A Andrés, por ponerle amor a la fórmula y llenar mi vida de alegría y tranquilidad.

A mis amigos, por esperar y darme ánimo.

A todos, gracias. Este logro también es de ustedes.

tabla de contenido.

01.

Introducción

05

Planteamiento del problema

07

Pregunta Problema

11

Objetivos

12

Justificación

13

02.

Marco Teórico

17

Confianza Creativa

19

Estrategias didácticas para el desarrollo de la confianza creativa

25

Design Thinking

25

Autoevaluación y ambiente en la confianza creativa

29

Instrumentos lúdicos para fomentar la confianza creativa

33

Campo de seguridad creativo

35

03.

Metodología

37

04.

Herramienta Didáctica

43

Presentación

47

Fase 1. Calentamiento creativo

48

Fase 2. Proceso de experimentación y creación

50

Fase 3. Hacia la autoevaluación

55

Propuesta Herramienta Interactiva

50

Análisis de Resultados

56

05.

Conclusiones

59

06.

Referencias Bibliográficas

63

07.

Anexos

67

Anexo 1. Figuras del ejercicio El faro de los valores y creencias limitantes

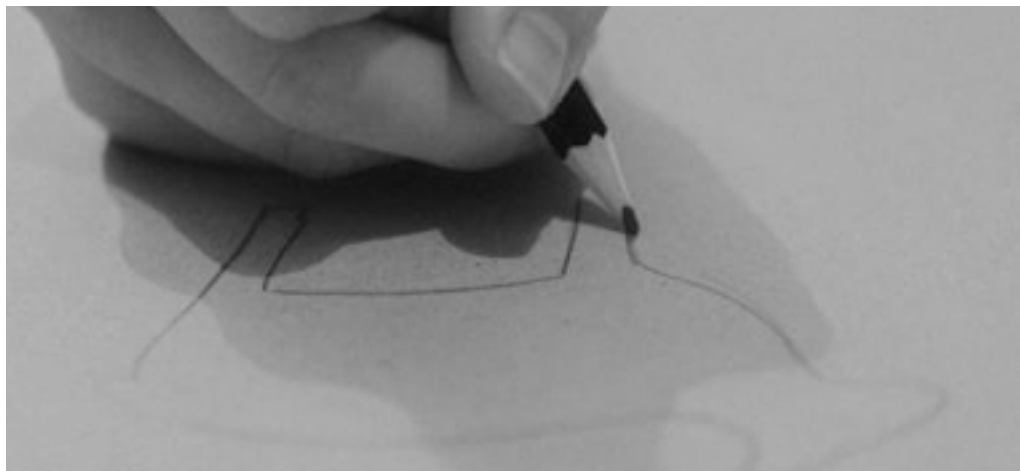
67

Anexo 2. Diagrama Teorías y Herramientas - Primera propuesta Herramienta Didáctica

76

Anexo 3. Tabla 1. Respuestas a talleres para la asignatura Taller de Portafolio

77



A.Novik. (2020). *Persona que escribe en papel blanco* [Fotografía]. Unsplash. <https://unsplash.com/es/fotos/persona-que-escribe-en-papel-blanco-5FX7Zo3c7IA>

”

“La creatividad requiere tener el valor de soltar las certezas.”

Erich From (1959)

Ser creativo es correr el riesgo de equivocarse.

Kelley (2013)

“

01.

Introducción

Es común asumir que, quienes se dedican al diseño o al arte poseen una creatividad innata o que tienen como talento especial la confianza en sus capacidades. Sin embargo, esto está lejos de la realidad. En ocasiones, algunos estudiantes pueden tener dudas o conflictos dentro del proceso creativo debido a un bajo nivel de confianza creativa y muchas veces a lo largo de su carrera sufren en silencio. En esta investigación se busca encontrar las teorías fundamentales para desarrollar la confianza creativa en los estudiantes de diseño gráfico de Bellas Artes, en Cali. Con estas teorías se pretende proponer una herramienta didáctica para potenciar esta habilidad.



"La confianza creativa se construye, no se hereda."

Kelley (2013)

N.Fewings. (2020). Papel blanco sobre superficie blanca [Fotografía]. Unsplash. https://unsplash.com/es/fotos/papel-blanco-sobre-superficie-blanca-r_8uWsy3QT8

Planteamiento del Problema

La población de estudiantes de Diseño Gráfico vinculada a la institución universitaria Bellas Artes presenta un bajo nivel de autoconfianza. Esto fue identificado a través de un trabajo de campo realizado para la Maestría en innovación Educativa que tenía como objetivo aumentar el nivel de confianza creativa. El ejercicio propuesto entonces consistía en que los estudiantes debían identificar sus valores y cómo estos daban luz a sus creencias limitantes.

Teniendo en cuenta que la confianza creativa se desarrolla al conocerse a uno mismo y que los valores forjan la identidad del ser humano y guían su vida hacia el logro de metas y visión de vida, se recurre a los valores para desarrollar la confianza creativa en los estudiantes. En este ejercicio, llamado “el faro de los valores”, los estudiantes pudieron sacar a la luz todas esas creencias que no les permitían desarrollar su creatividad o que sentían era un obstáculo para cumplir sus objetivos profesionales o académicos. La técnica de recolección de información que se usó fue la entrevista, la cual se llevó a cabo con un enfoque cualitativo, a través del cual se pretendía indagar de forma abierta en estos temas. El grupo focal estaba conformado por estudiantes de la asignatura Taller de Portafolio en un rango de edad de 20-25 años. Las preguntas se realizaron de forma personal y las respuestas se desarrollan de forma análoga a través de texto y representaciones visuales.

”
Dudar de mis capacidades

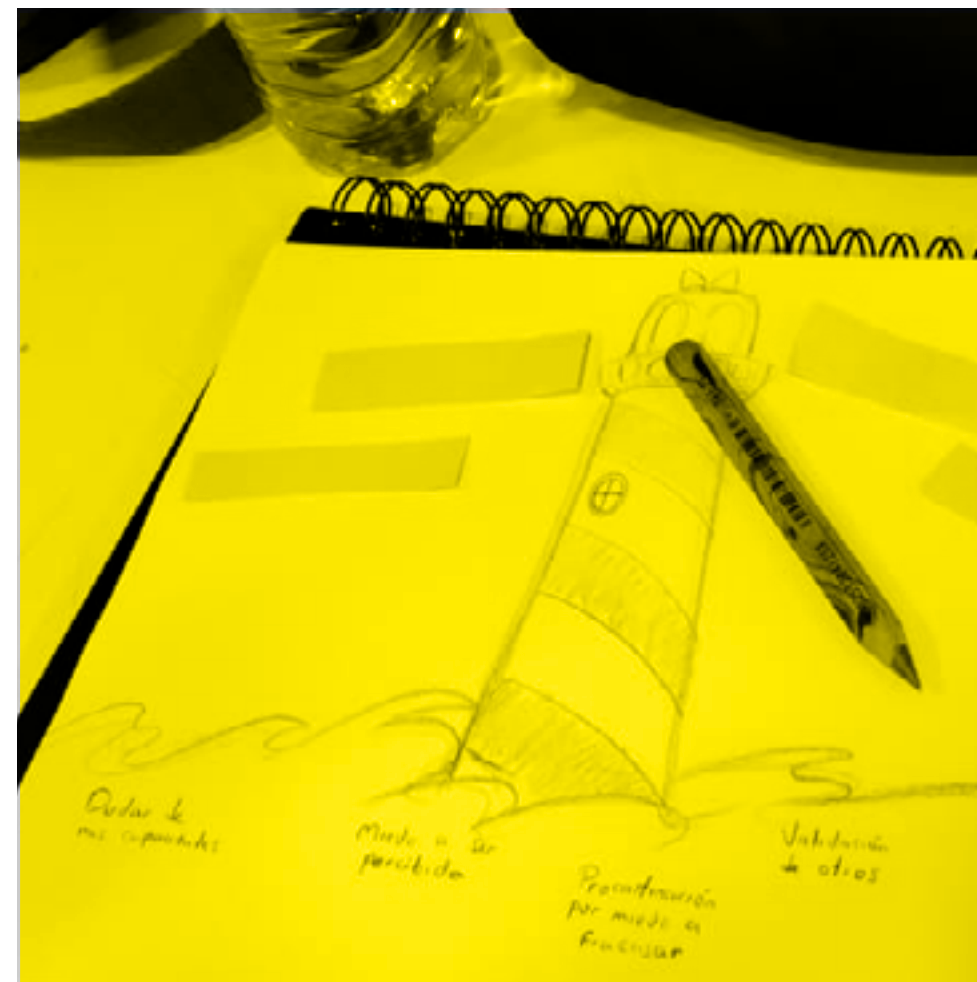
”
Síndrome del impostor

La dinámica del ejercicio consistió en dibujar un mar en una hoja en blanco y escribir en él sus creencias limitantes; luego, debían añadir un faro en medio del mar, del cual proyectaban rayos de luz representados con papeles amarillos. En estos papeles, los estudiantes escribieron sus valores, entendidos como características personales, a veces desconocidas, que sirven para iluminar las creencias limitantes y se convierten en herramientas clave para enfrentarlas. Al final se socializaron algunas reacciones.

Para evidenciar que existe un bajo nivel de confianza en esta población, se toman los resultados del ejercicio de 8 estudiantes, como muestra. Analizando las respuestas, en la mayoría salían a relucir frases en las que explicaban sus limitaciones relacionadas con la percepción que tienen sobre sí mismos. Estas percepciones pueden dividirse en una baja autoestima o inseguridad, en general, o en parte de su proceso creativo.

Sentir que lo que hago no es suficiente

”



Ejercicio el Faro de los valores y las creencias limitantes, Bellas Artes Cali (foto propia).

En el primer rubro, de baja autoestima o inseguridad, están afirmaciones como: “dudar de mis capacidades” (Estudiante 7), “miedo a ser percibida” (Estudiante 7), “síndrome del impostor” (Estudiante 3 y estudiante 4), “falta de confianza” (estudiante 5), “inseguridad” (Estudiante 6), “validación de otros” (Estudiante 1 y estudiante 7). Mientras que otras respuestas están más ligadas a su proceso creativo, como: “creer que mis ideas no son muy buenas” (Estudiante 1), “dudar de mis capacidades” (estudiante 7), “pesimismo” y “miedo al fracaso” (Estudiante 6), “sentir que lo que hago no es suficiente” (Estudiante 3), “bloqueo creativo” (Estudiante 2), “hoja en blanco” (Estudiante 3); “jamás voy a lograr terminar mi comic” (estudiante 8). A lo largo de este ejercicio, los estudiantes argumentaban como estas creencias afectan directamente en su proceso creativo, como puede verse en las figuras 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 y 8 (Anexo 1).

Al final del ejercicio los estudiantes debían explicar cómo se sentían y expresarlo gráficamente a través de una escala de confianza creativa, lo cual permitió observar la influencia de esta confianza en su proceso creativo; esto puede notarse en el caso del estudiante 6, quien después de haber realizado el ejercicio argumentó “Realmente mi falta de confianza me ha privado mucho de hacer y vivir cosas que hubiesen sido maravillosas, ya que me doy muy duro y me enfoco únicamente en lo negativo, que no me doy cuenta que tengo herramientas para superarlo y mejorarlo” (Anexo 1. Figura 9).

Como se ha podido observar, la autopercepción y la autoconfianza juegan un papel determinante en el proceso creativo, algunas veces para prejuicio de éste pues, como mencionan González y Maeso (2005), el bloqueo creativo se puede deber a la creencia de que las capacidades artísticas son innatas, “y por lo tanto inaccesibles para la mayoría de los mortales que no han tenido la suerte de ser tocados por la varita mágica de las musas o del genio creador” (p. 48). Cuando los estudiantes sienten que no tienen el talento o las capacidades necesarias pierden la confianza en su proceso creativo, lo que los lleva a la procrastinación, la parálisis o al abandono de sus proyectos. Es muy importante reconocer estos dos elementos porque de ellos depende no solo la perseverancia sino el desarrollo del aprendizaje.

Por otro lado, tampoco se puede escatimar la idea de que el acto creativo implica exponerse a los otros, lo que puede causar conflictos personales. En ese sentido, Molano Vega (2011), al analizar las ideas del poeta Emerson, reconoce la idea de que la potencia creativa de los sujetos autónomos y críticos los lleva a enormes contradicciones entre lo individual y lo social, es decir lo que los otros, el mercado y la cultura esperan del artista frente a lo que el artista quiere expresar desde su ser. La actitud ante exposición social puede llevar a que los estudiantes lleven sus proyectos con sentimientos negativos como el estrés, la ansiedad y el miedo; y lo que, a mediano o largo plazo puede llevar a la deserción de sus proyectos o, en casos extremos, de la carrera.

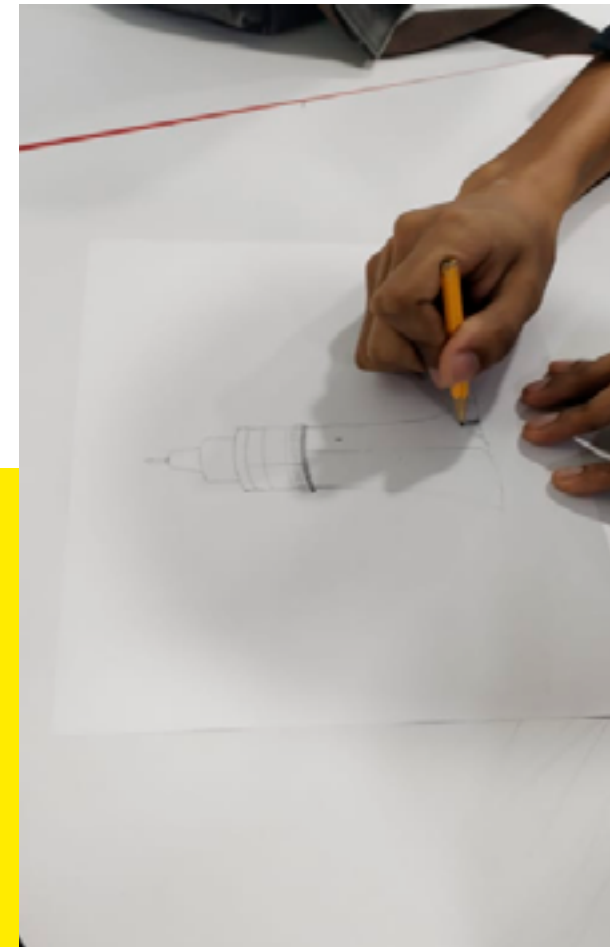
”

El bloqueo creativo se puede deber a la creencia de que las capacidades artísticas son innatas, “y por lo tanto inaccesibles para la mayoría de los mortales que no han tenido la suerte de ser tocados por la varita mágica de las musas o del genio creador”

González y Maeso (2005)



A.Leonov. (2020). *Una persona sosteniendo una mascara facial amarilla* [Fotografía]. Unsplash. <https://unsplash.com/es/fotos/una-persona-sosteniendo-una-mascara-facial-amarilla-P5nZwlbTngl>



Ejercicio el Faro de los valores y las creencias limitantes, Bellas Artes Cali (foto propia).

Aunque estas sean nociones conocidas, apenas son compartidas o discutidas por los estudiantes. Pareciera que todo aquel que ha decidido estudiar una carrera en Bellas Artes tiene un proceso creativo sólido basado en la confianza, en su talento o capacidades, ya que para ser admitidos deben aprobar exámenes aptitudinales y actitudinales muy exigentes. Sin embargo, es claro que esto no es así. Por lo anterior, de esa antigua indagación nace el interés de esta investigación de trabajo de grado. Busca reconocer lo que implica la confianza creativa, la forma en que se puede mejorar a fin de ofrecer a los estudiantes una forma de desarrollarla.

Pregunta Problema



Cómo se podría desarrollar la confianza creativa a partir de nuevas teorías, enfoques, estrategias, herramientas didácticas innovadoras en los estudiantes de Diseño Gráfico de Bellas Artes, Cali



Objetivos

Objetivo general de la investigación

Diseñar una herramienta didáctica para potenciar el desarrollo de la confianza creativa, a partir de la exploración de las teorías fundamentales sobre esta habilidad, en estudiantes de Diseño Gráfico de Bellas Artes, Cali.

Objetivos específicos de la investigación

01. Objetivo

Reconocer el concepto de autoconfianza creativa y sus diversas definiciones.

02. Objetivo

Explorar las teorías y herramientas fundamentales para el desarrollo de la confianza creativa.

03. Objetivo

Identificar la forma en que se manifiesta la falta de confianza creativa en los estudiantes, a partir del análisis de instrumentos de exploración como la matriz DOFA y la Ventana de Johari.

04. Objetivo

Proponer la estructura de una herramienta didáctica que potencie la confianza creativa.



OpenAI (2025). [Ilustración Digital].

Justificación

Hay una creencia generalizada de que la creatividad es una cualidad innata y no una habilidad que se puede desarrollar y mejorar a través de la práctica y el aprendizaje. Esta percepción errónea lleva a muchos estudiantes a frustrarse cuando sienten que sus ideas no son lo suficientemente originales o innovadoras y asumen que es una condición personal, esto puede limitar su voluntad de explorar nuevas ideas, experimentar con diferentes técnicas y asumir riesgos en sus proyectos.

Esta investigación busca ofrecer herramientas para que los estudiantes aprendan a reconocer que los procesos creativos no son espontáneos ni dependen únicamente de capacidades innatas. Según los psicólogos Tom Kelley y David Kelley (2013) todas las personas tienen el potencial de ser creativas, pero, no muchas pueden desarrollar su creatividad, independientemente de las habilidades técnicas o conocimientos que posean ya que, en numerosas ocasiones, tienen miedo a equivocarse o al juicio. Aquí entra la importancia de desarrollar la autoconfianza, definida por el psicólogo canadiense Albert Bandura (1997) como “la creencia en la capacidad personal para organizar y ejecutar las acciones necesarias para alcanzar los resultados deseados” (p.3)

Esta investigación pretende explorar conceptos como el introducido por los Kelley (2013): creative confidence (confianza creativa, en español) que, en esencia, es un proceso en que las personas redescubren su capacidad innata para ser creativas y superar las barreras psicológicas que las limitan. Esta confianza permite a las personas sentirse cómodas, experimentando, tomando riesgos y enfrentándose a la incertidumbre sin temor a equivocarse. Se considera que, cuando a los estudiantes se les habla de este concepto y se les ayuda a desarrollarlo pueden afrontar con una mejor actitud los retos y desafíos que implican los procesos propios de su carrera.

Según los hermanos Kelley (2013), la autoconfianza creativa se desarrolla empezando por descubrir los miedos que atentan contra la creatividad, como el miedo a lo desconocido, miedo a ser juzgado, miedo a tomar la iniciativa, miedo a perder el control. Dentro de este modelo también proponen una serie de ejercicios prácticos para potenciar la confianza creativa, entre estos están las sesiones de preguntas abiertas, mapas mentales, libreta para capturar ideas brillantes, etc. Sin embargo, en la actualidad, aún hay muy pocos estudios al respecto por lo que también escasean los medios o herramientas para desarrollar la autoconfianza creativa. Es por eso que la presente investigación pretende explorar diversas visiones o modos de acercarse a la autoconfianza creativa, así como métodos para desarrollarla.

Se espera brindar un aporte al campo disciplinar del diseño gráfico, explorando recursos que servirán para entender cuáles son las teorías fundamentales alrededor de la confianza creativa. Este estudio representa un alto interés dada la importancia que tiene la creatividad en la materialización de ideas originales e innovadoras para los estudiantes de diseño gráfico de la Institución, ya que es un tema relativamente nuevo y poco explorado, además se evidencia la necesidad de abordarlo y desarrollarlo dentro de la institución.

Posterior a esta exploración, se realizará un aporte valioso al saber pedagógico a través de una herramienta para desarrollar la confianza creativa, esta será replicable y adaptable a cualquier contexto educativo del diseño gráfico y se compondrá por unas fases, objetivos y un instrumento de planificación de actividades para que cualquier docente pueda ponerlo en práctica en su institución de forma análoga o digital, también se pretende incluir espacios de reflexión individual, autoevaluación, coevaluación e instrumentos de análisis que permitirán recopilar información valiosa de los estudiantes con relación a su progreso en el desarrollo de la confianza creativa y validar el aprendizaje a través de rúbricas de evaluación.

Esta reflexión permitirá empoderar a los estudiantes y hacerlos responsables de su aprendizaje; también ayudará a la comunidad académica a tomar decisiones con respecto al diseño curricular.

Es así como esta propuesta pretende beneficiar a:

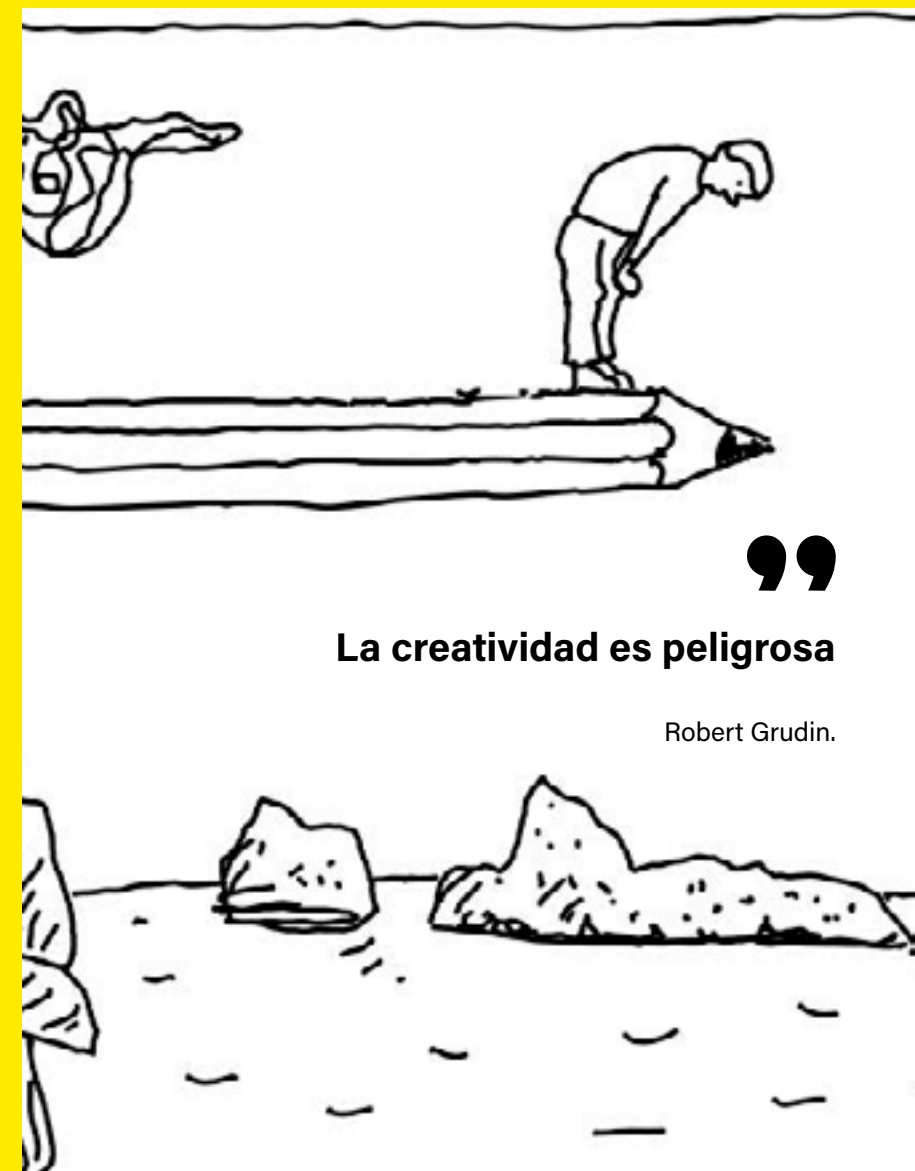


- Estudiantes:** Les brindará autonomía, confianza y resiliencia creativa, así como autoconocimiento.
- Docentes:** Les entregará un conjunto de herramientas y criterios para planificar sus actividades curriculares en torno a la confianza creativa de forma flexible y adaptativa frente a los recursos disponibles y las necesidades de los estudiantes.
- Institución:** Pondrá a disposición evidencia documentada útil para mejorar los programas académicos, las políticas educativas y difundir buenas prácticas en este contexto.
- Comunidad académica y profesional:** Les permitirá adoptar y ampliar el modelo pedagógico para futuras intervenciones en la disciplina del diseño y otras relacionadas.



Marco Teórico

Como se ha evidenciado en apartados anteriores, existe una necesidad evidente de fortalecer la confianza creativa en los estudiantes de Diseño gráfico de la Institución Universitaria Bellas Artes. Para ello resulta fundamental entender en profundidad este concepto con el objetivo de identificar cómo se puede potenciar en los estudiantes. En este capítulo se busca definir qué es la confianza creativa, identificar sus antecedentes teóricos, explorar en los enfoques, herramientas y estrategias didácticas fundamentales para fortalecer esta competencia, con especial atención al grupo de estudiantes de diseño gráfico, quienes son el foco de esta investigación.



”

La creatividad es peligrosa

Robert Grudin.

Medium. (2020). Ilustración de una persona parada sobre un lápiz [Ilustración].
Medium/every body knows. <https://everybodyknows.com.au/creative-confidence-backing-ideas-in-the-time-of-covid-19-d0158c73ab1a>

Confianza Creativa



G.Joens (2020). *Dibujo a lápiz de A. Bandura*. [Dibujo]. Fine art america. <https://fineartamerica.com/featured/albert-bandura-pencil-greg-joens.html>

La confianza creativa es un concepto muy particular, del cual no se ha desarrollado demasiado, por lo que para acercarnos a él es pertinente entender primero sus orígenes teóricos, los cuales se remontan al interés de Albert Bandura por estudiar y debatir sobre la autoeficacia y la eficacia, a través de la Teoría Social Cognitiva (1987). Más adelante, Bandura (1997) define la autoeficacia como “la creencia en la propia capacidad de organizar y ejecutar las acciones necesarias para alcanzar los logros deseados” (p.3); señalando que esta creencia influye significativamente en el comportamiento y en los resultados obtenidos. Por otro lado, la eficacia se refiere simplemente a la capacidad para producir efectos deseados (Bandura, 1971). Aunque su significado es distinto, es evidente que están estrechamente relacionadas y mantienen una relación recíproca, lo cual se explicará más adelante.

Sobre esta base teórica David Kelley y Tom Kelley (2013) exploran el concepto de autoeficacia en el ámbito creativo y así introducen un nuevo término: la confianza creativa. Según estos autores, esta se define como la creencia en la propia capacidad para generar ideas originales y resolver problemas de manera innovadora. En la misma línea, Karwowski y Beghetto (2018) afirman que la confianza creativa se refiere a la creencia en la propia capacidad para realizar tareas creativas y enfrentar desafíos creativos con éxito. Esta confianza, según dichos autores, es esencial para que una persona pase de tener potencial creativo a llevar a cabo acciones creativas concretas, lo que también respaldan estudios previos como los de Carmeli y Schaubroeck (2007), Tierney y Farmer (2002).



People Matters. (2014). *Ilustración de D. Kelley* [Ilustración]. <https://www.peoplematters.in/article/diversity/creative-confidence-by-tom-and-david-kelley-4593>

Dado el papel central que juega la confianza creativa en la realización del potencial creativo, resulta crucial analizar de qué forma potenciarla en los estudiantes, ya que este es, además, el objetivo principal de esta investigación. Para ello, resulta fundamental basarse en las propuestas de Bandura, pero aplicándolas específicamente al desarrollo de la autoeficacia creativa. A continuación, se analizarán estas estrategias en este contexto. En primer lugar, Bandura (1997) identifica cuatro fuentes principales para fortalecer la autoeficacia:



Dominio personal

Tener experiencias creativas de éxito refuerza el nivel de confianza.



Aprendizaje vicario

Tener referentes o modelos a seguir de personas que logren ejecutar tareas creativas con éxito puede brindar inspiración y hacerlo posible para la persona que lo ve. Como indican Pajares y Schunk (2001), los modelos de efectividad generan expectativas positivas en los espectadores, especialmente cuando estos se identifican con el modelo.



Persuasión verbal

Se puede aumentar la autoeficacia creativa de los estudiantes proporcionando retroalimentación positiva. Las creencias positivas están relacionadas con la retroalimentación de las figuras de autoridad.



Regulación emocional

Mantener las emociones equilibradas y tener una actitud positiva ayuda a tener una buena percepción de las capacidades creativas. Este autor afirma que la visualización del éxito o de la meta alcanzada aumenta el nivel de autoeficacia.

Es importante resaltar que la eficacia creativa y las estrategias específicas para desarrollarla pueden impactar en el nivel de confianza creativa, debido a que proporciona evidencias concretas de la capacidad para generar ideas originales y resolver problemas de manera innovadora.

Como se ha visto anteriormente, Bandura (1997) estima que una de las principales fuentes de autoeficacia es la experiencia de dominio, entendida como la curva de aprendizaje adquirido a partir de éxitos previos, que proporcionan una autopercepción positiva frente a la capacidad de superar desafíos.

En línea con la propuesta de Bandura, el modelo de MarQo Patton (2020) ofrece una perspectiva valiosa para entender cómo fomentar la eficacia creativa. Este autor se basa en las teorías de la psicología educativa de Vygotsky (1978), Bandura (1971) y Deci y Ryan (2008), proponiendo una caja de herramientas de eficacia creativa (CET) en donde se analizan las bases teóricas de cómo los creativos alcanzan niveles satisfactorios de éxito y eficacia autodefinida. Esta caja de herramientas tiene cuatro componentes: herramientas para mejorar la eficiencia, competencia, autonomía y relación. Según el autor estos cuatro factores desarrollan en el individuo la eficacia (Bandura, 1971). A continuación, se explicarán en detalle las cuatro herramientas mencionadas y se mostrará cómo influyen en el proceso de desarrollo creativo para los estudiantes.

Tomando como base la teoría de Vygotsky (1978), MarQ Patton (2020) sugiere unas herramientas para mejorar la eficacia considerando que un enfoque socioconstructivista aumentará la eficacia del aprendizaje, siempre y cuando los estudiantes:

- a). Aprendan unos de otros.
- b). Se integren a la Zona de desarrollo próximo (ZDP) que se refiere a que los estudiantes reciban la ayuda de un instructor o un compañero más avanzado.
- c). Experimenten la integración cultural.

En términos de la generación de eficacia creativa en estudiantes de diseño gráfico, estas herramientas son útiles, dado que la creatividad es una competencia que se va adquiriendo y desarrollando a través de la observación de referentes expertos quienes inspiran en los estudiantes la búsqueda de un estilo que los identifique. Por otro lado, la ZDP puede potenciar el desarrollo creativo de los estudiantes de diseño al proporcionar un entorno de apoyo, colaboración y retroalimentación por parte del docente y de sus compañeros y finalmente la creatividad se alimenta también de la cultura, ya que las tradiciones, historias, arte y música de una sociedad pueden inspirar nuevas ideas y a la vez permitir que los estudiantes de diseño puedan comunicarse gráficamente de acuerdo a los valores o normas definidas por ella.

Por su parte, partiendo de La Teoría de la Autodeterminación SDT de Deci y Ryan (2008), MarQo Patton (2020) propone que hay tres necesidades psicológicas básicas que deben ser satisfechas para que una persona pueda alcanzar su máximo potencial y bienestar: **autonomía, competencia y relación**. La satisfacción de estas necesidades es esencial para que surja la motivación intrínseca, que es la motivación que viene de dentro de la persona y no de factores externos.



La autonomía se puede entender como la libertad de elegir y dirigir sus propias acciones y decisiones. Para los estudiantes de diseño es muy importante el desarrollo de la autonomía ya que les permite ser libres para explorar y experimentar con nuevas ideas, esto estimula el pensamiento creativo y la confianza en el momento de tomar decisiones y asumir riesgos creativos.



la competencia, se refiere a sentir que se tiene el potencial técnico y conceptual para llevar a cabo con éxito un proyecto. Dentro del campo creativo esta percepción de competencia permite a los estudiantes enfrentar desafíos de diseño importantes, cuando el estudiante siente que puede tener éxito, asume tareas difíciles y puede perseverar en ellas, aprendiendo de sus errores y mejorando sus ideas hasta llegar a la solución idónea. Normalmente, este es el proceso creativo que deben recorrer los estudiantes: generar muchas ideas, descartar otras, al final elegir una o crear una nueva a partir de la suma de las anteriores; si el estudiante no confía en sus competencias es posible que se frustre en alguna etapa del proceso.



La última necesidad que debe ser satisfecha es la de **Relación**, que se refiere a sentirse aceptado dentro de un grupo social y tener relaciones significativas. Desde la perspectiva del diseño, este concepto es muy importante, ya que, si un estudiante se rodea de personas que le proporcionen un entorno de apoyo como compañeros, profesores o expertos en el área, es factible que alcancen relativamente fácil sus objetivos. Adicionalmente, dentro del proceso creativo es importante recibir retroalimentación continua para mejorar los diseños; también es muy común recibir retroalimentación por parte del cliente o comunidad a la que se dirige la solución para poder desarrollar una propuesta centrada en sus necesidades.

Hasta el momento, en congruencia con la teoría de Bandura se han analizado diversos enfoques y estrategias para desarrollar la eficacia creativa. Pero se ha descubierto que a partir de ellas se puede llegar a la confianza creativa, como una competencia fundamental para realizar acciones creativas concretas. Es decir, que estas estrategias de Bandura son fundamentales para fomentar la confianza creativa. Pero, es con las propuestas de los Kelley (2013), que adquieren una nueva perspectiva pues estos autores sugieren un enfoque práctico para aplicar la confianza creativa en el entorno educativo y profesional. A continuación, se explicarán estas adaptadas a la población de estudiantes de diseño gráfico.



En primer lugar, los autores enfatizan la importancia de adoptar una **mentalidad de experimentación**, donde el fracaso se percibe como una oportunidad para aprender, no como un obstáculo. Crear un entorno seguro para experimentar es esencial para los estudiantes de diseño gráfico ya que les permite confiar en sus ideas y verlas como parte de un proceso creativo.



En segundo lugar, como resultado de lo anterior, se puede **transformar el miedo al juicio en un impulso para innovar**. Esta condición promueve en los estudiantes la construcción de resiliencia frente al rechazo y a las críticas. Es muy frecuente que los estudiantes de diseño se enfrenten a la presión de tener que desarrollar una idea creativa perfecta desde el principio. Aquí es donde es importante eliminar los prejuicios generados históricamente alrededor de los rechazos y las críticas constructivas y convertirlas en amigas del proceso.



Todo lo anterior se puede llevar a cabo de una forma gradual a través de la **acción progresiva**, que Kelley y Kelley (2013) refieren como ir paso a paso, enfrentando pequeños retos creativos que sean alcanzables y luego pasar a desafíos más complejos. Este concepto corresponde a la tercera estrategia aludida por los autores y permite que los estudiantes de diseño gráfico puedan ganar confianza y tener evidencias propias que alimenten su autoeficacia. Por ejemplo, pueden comenzar con ejercicios simples, como la creación de logotipos o la edición básica de imágenes, para luego pasar a proyectos más complejos como la creación de campañas publicitarias.



Más adelante, como una forma de potenciar la confianza creativa es clave fomentar una práctica adicional que se convierte en la cuarta estrategia referida por los autores y tiene que ver con la **colaboración e inspiración grupal**. Cuando las ideas se comparten hay un aprendizaje colectivo y los estudiantes de diseño gráfico pueden inspirarse y ampliar su perspectiva, esto les permite conectar ideas con otras y desarrollar nuevas soluciones.



Por último, Kelley y Kelley (2013) promueven una quinta estrategia que consiste en el desarrollo de ejercicios prácticos para **desbloquear la creatividad y ganar confianza creativa**, entre ellos están las sesiones de ideación y el prototipado rápido; con esto pretenden demostrar que la creatividad está al alcance de cualquier persona si se brinda el entorno y las herramientas adecuadas; más adelante, en el apartado de herramientas didácticas, se enfatizará en este tipo de ejercicios.

Como se ha podido ver, la confianza creativa es un aspecto esencial en la formación de los estudiantes de diseño gráfico, ya que les permite abordar problemas ambiguos con seguridad y generar soluciones innovadoras. Este concepto va más allá de la autoeficacia, que se refiere a la creencia personal en la capacidad para realizar conductas necesarias para alcanzar metas específicas (Bandura, 2010). La confianza creativa, en cambio, involucra la aplicación auténtica de la resolución creativa de problemas, lo que lleva a la construcción de la agencia creativa, un proceso en el que los estudiantes adquieren no solo la habilidad de resolver problemas, sino también la capacidad de actuar con autonomía y creatividad en diversas situaciones (Royalty et al., 2014).

Ahora bien, las estrategias y herramientas que los autores proponen en torno a la confianza creativa y su desarrollo, están pensadas desde la teoría y desde la visión de que cada persona puede realizarlas de forma individual. Sin embargo, el interés de esta investigación es que estas estrategias puedan trasladarse al aula y partan de un proceso ofrecido y dirigido por un docente, como parte de la formación específica en diseño gráfico. Es decir, para desarrollar y fortalecer esta confianza, es esencial incorporar metodologías pedagógicas que fomenten la exploración creativa, la experimentación y la colaboración. Por ello, en el siguiente apartado se analizarán diferentes estrategias didáctico-pedagógicas para desarrollar la confianza creativa en los estudiantes y se plantearán las primeras ideas sobre cómo implementarlas dentro de la herramienta de confianza creativa que se desarrollará para la presente investigación.



**Tu mejor maestro es
tu último error**

Ralph Nader

Vsetop (2017). *Jeidi star wars yoda art*. [Ilustración digital]. vsetop.org. https://vsetop.org/uploads/posts/2015-10/vsetop.com_1444979457_12.jpg

Estrategias didácticas para el desarrollo de la confianza creativa

Design Thinking

Se ha demostrado que la educación basada en Design Thinking propicia que los estudiantes generen ideas nuevas y asuman riesgos al experimentar (Henriksen et al., 2017; Kelley y Kelley, 2013), por lo que ayuda a desarrollar la confianza creativa de los estudiantes. Este enfoque divide el proceso de aprendizaje en fases que se repiten y avanzan, permitiendo a los estudiantes practicar habilidades clave como la empatía, el pensamiento divergente, la creación de prototipos y la evaluación de soluciones. Estas competencias son fundamentales para construir una confianza creativa sólida (Rauth et al., 2010).

Según Rauth et al. (2010), el desarrollo de la confianza creativa a través de esta metodología sigue un proceso gradual. Primero, las herramientas y métodos de diseño (Design Thinking methods) sirven para estructurar y simplificar el trabajo creativo. Posteriormente, las fases del proceso de diseño (Design thinking phases), que combinan momentos de pensamiento abierto (divergente) y cerrado (convergente), les ofrecen a los estudiantes una guía para adaptarse a diferentes situaciones. A medida que avanzan en este proceso

y lo repiten, los estudiantes adquieren mentalidades creativas (Mindsets), es decir, formas de pensar que los preparan para resolver problemas. Según estos autores, con la práctica constante de este ejercicio y la experiencia acumulada de logros resueltos, los estudiantes están en capacidad de resolver problemas con mayor eficacia, a la vez que ganan confianza creativa (CC).

Ilustración 1. El desarrollo de la confianza creativa en el Design Thinking.



Rauth et al. (2010). *El desarrollo de la confianza creativa en el Design Thinking*. [Figura]. Research Gate. https://www.researchgate.net/publication/268436912_Design_Thinking_An_Educational_Model_towards_Creative_Confidence

Por otro lado, la implementación del Design Thinking por la Universidad de Stanford (2022) en el ámbito educativo ha demostrado ser una estrategia efectiva para desarrollar competencias creativas. Este proceso, compuesto por cinco fases: **Empatizar**, **Definir**, **Idear**, **Prototipar** y **Probar**, se caracteriza por ser iterativo, lo que permite a los estudiantes de diseño gráfico abordar problemas desde una perspectiva de cambio y con una mentalidad más flexible, esto podría reducir el miedo a la frustración.

En la primera fase, **Empatizar**, se busca comprender las necesidades del usuario, utilizando métodos como entrevistas y observaciones dentro del contexto. Este enfoque fomenta la empatía y fortalece habilidades sociales en los estudiantes de diseño gráfico, quienes deben conectar directamente con las necesidades de su audiencia. Por ejemplo, la utilización de mapas de empatía puede ayudar a los estudiantes a organizar y visualizar la información de una forma más organizada, permitiéndoles identificar necesidades clave del usuario.

Mientras que, la fase de **Definir** implica sintetizar la información obtenida anteriormente, para entender los retos del usuario. Este análisis permite a los estudiantes comprender de forma clara el problema. En la fase de **Idear** se incentiva la generación de soluciones sin involucrar mucho la razón y mediante técnicas como la lluvia de

ideas. Este ejercicio de pensamiento divergente no solo fortalece la creatividad, sino que también ayuda a superar barreras relacionadas con el miedo al error o a ser juzgados.

La fase del **Prototipado**, fomenta la experimentación al transformar estas ideas en representaciones tangibles, como bocetos, o modelos digitales. Finalmente, en la fase de **Prueba**, se recopila retroalimentación directamente de los usuarios y a través de la iteración se refinan las soluciones propuestas. Este ciclo continuo de ajuste resulta crucial para fortalecer la confianza creativa de los estudiantes, permitiéndoles aprender de los errores y tomar decisiones de diseño con mayor seguridad (Jobst et al., 2012; Kelley y Kelley, 2013).



S.Bonneval. (2023). *Una mano sosteniendo un edificio de juguete* [Fotografía]. Unsplash. <https://unsplash.com/es/fotos/una-mano-sosteniendo-un-edificio-de-juguete-rRlC4RyHxYw>

En ese sentido, Steinbeck (2011) presenta una investigación en la que el Design Thinking es una estrategia iterativa para la innovación centrada en el usuario, y se ha implementado en un programa para la innovación en el diseño de la Universidad de Stanford, así como en una de las consultoras de diseño más exitosas. Se muestran los fundamentos claves a través de la aplicación en una universidad en Colombia para los programas a distancia y semipresenciales. Steinbeck (2011) destaca cómo el DT rompe con los enfoques tradicionales de enseñanza, priorizando la participación activa del estudiante y su capacidad para enfrentar desafíos de manera creativa. Por lo que se podría entender, entonces, como una herramienta que desarrolla la confianza dentro del proceso creativo.

En ese trabajo de investigación Steinbeck (2011) enfatiza la importancia del aprendizaje basado en problemas (ABP) y la enseñanza experiencial, donde los estudiantes no solo adquieren conocimientos teóricos, sino que los aplican en contextos reales. Para potenciar la creatividad la confianza y la innovación en los estudiantes, se emplean diversas estrategias:



1. Aprendizaje basado en problemas (ABP): Se presentan problemas abiertos que requieren soluciones creativas, promoviendo la autonomía del estudiante.



2. Iteración y prototipado: Los estudiantes desarrollan y prueban prototipos, aprendiendo del error y la retroalimentación.



3. Trabajo colaborativo: Se fomenta el trabajo en equipo, donde los estudiantes aportan diferentes perspectivas y conocimientos.



4. Pensamiento divergente y convergente: Se combinan momentos de exploración libre de ideas con fases de selección y refinamiento.



5. Uso de herramientas visuales: Mapas mentales, bocetos y diagramas ayudan a estructurar y comunicar ideas.



6. Enfoque centrado en el usuario: Se motiva a los estudiantes a comprender y responder a las necesidades del usuario final.

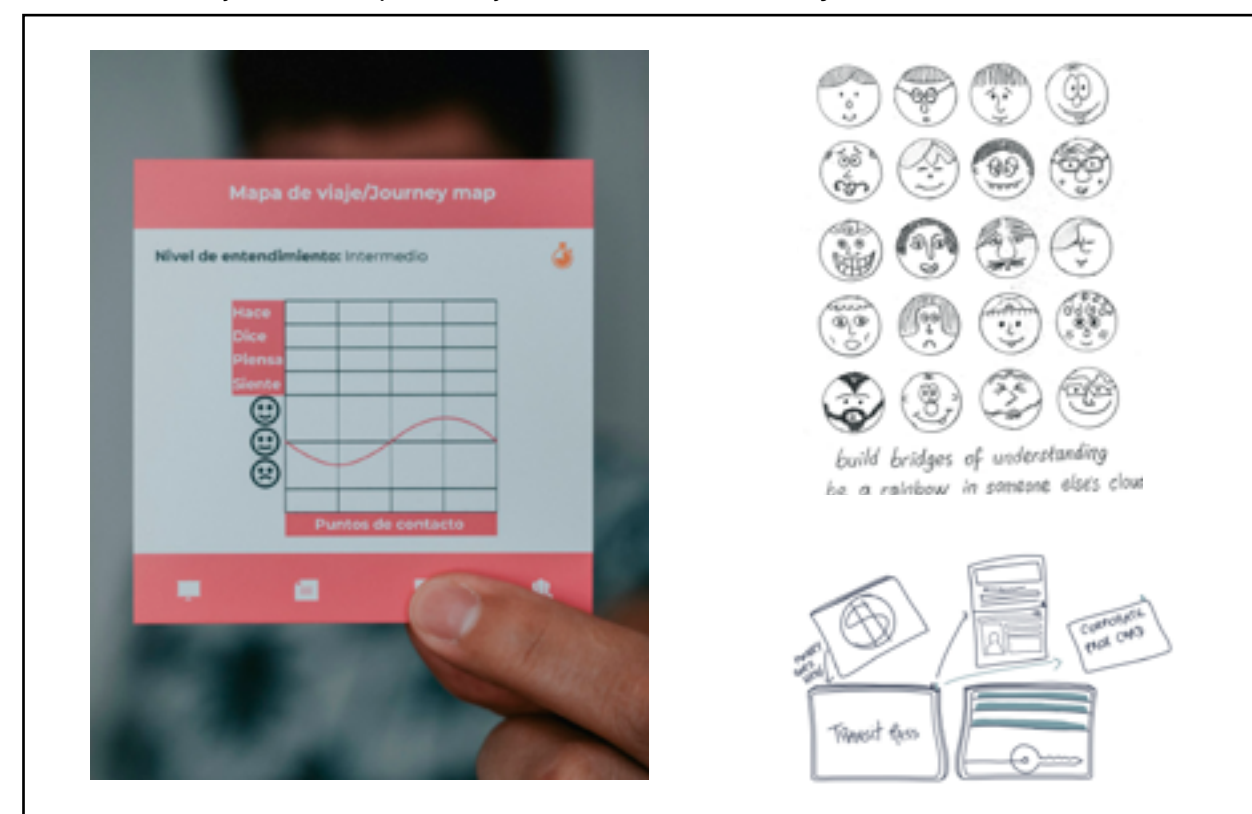


7. Ambientes de aprendizaje flexibles: Se crean espacios abiertos y dinámicos que favorecen la creatividad.



8. Mentalidad de crecimiento: Se anima a los estudiantes a experimentar, aceptar la incertidumbre y ver los errores como oportunidades de aprendizaje.

Ilustración 2. Ejercicios Mapa de viaje del cliente, La billetera y 30 círculos.



Adaptado de *Self-Making Studio* por Fahri Karakas, 2018; adaptado de *Creating the perfect wallet for a friend — a UX case study* por Laís Lara Vacco, 2018, en UX Collective (<https://uxdesign.cc/daily-ux-challenge-1-create-the-perfect-wallet-for-a-friend-ab7a7da3647b>); y adaptado de Alvaro Reyes, 2020, en Unsplash (<https://unsplash.com/es/fotos/persona-sosteniendo-una-caja-blanca-y-roja-3Q3yoGeKRM8>). Derechos reservados o bajo licencia Unsplash según corresponda.

A su vez, inspirados en el Design Thinking, Kelley y Kelley (2013) proponen unas estrategias prácticas para desarrollar la confianza creativa en algunas de las fases de diseño, sobre todo aquellas, como ideación y empatía en las que la presentación de nuevas ideas y la evaluación de las pruebas pueden ser desafiantes porque requieren autoconfianza y seguridad de quienes participan en el proceso. Algunas de ellas se han implementado en contextos educativos para desbloquear la creatividad de los estudiantes. Por ejemplo, ejercicios como el “Mapa del viaje del cliente” o el “Ejercicio de la billetera” ayudan a que los estudiantes se enfoquen en las experiencias del usuario. El “Mapa del viaje del cliente” les permite analizar paso a paso cómo un usuario interactúa con un producto o servicio para encontrar puntos que se pueden mejorar. Por otro lado, el “Ejercicio de la billetera” propone a los estudiantes que, usando un objeto sencillo como una billetera, identifiquen las necesidades del usuario y propongan soluciones rápidas. Ambos ejercicios fortalecen la empatía al ponerse en el lugar del usuario.

Por su lado, ejercicios como “30 Círculos” o “15 segundos de brillantez” actúan como un calentamiento para la etapa de ideación. En el ejercicio de “30 Círculos”, los estudiantes dibujan formas básicas y las transforman en objetos distintos. Mientras que, actividades como “Speed Dating” o “Me gusta, me gustaría” ayudan a que los estudiantes compartan ideas entre ellos. En el “Speed Dating”, los estudiantes presentan rápidamente sus ideas a diferentes compañeros, con la condición de no ser juzgados, ya que son ideas rápidas. En “Me gusta, me gustaría”, los estudiantes dan y reciben comentarios y sugerencias, pero en tono positivo, esto ayuda a que puedan ver las críticas como oportunidades de mejora.

La confianza creativa, por lo tanto, se fortalece no sólo al proporcionar a los estudiantes las herramientas y procesos necesarios para enfrentar problemas complejos, sino también al fomentar un entorno que apoye la colaboración, el intercambio de ideas y la retroalimentación continua. Al desarrollar competencias como la empatía, la ideación divergente y el prototipado, los estudiantes de diseño gráfico aprenderán a enfrentar los desafíos de manera creativa, confiando en su capacidad para generar soluciones innovadoras y aplicarlas de manera efectiva. Este proceso de aprendizaje activo y colaborativo fortalece la confianza creativa y la agencia de los estudiantes, permitiéndoles actuar como diseñadores autónomos y competentes en su disciplina.

Autoevaluación y ambiente en la confianza creativa

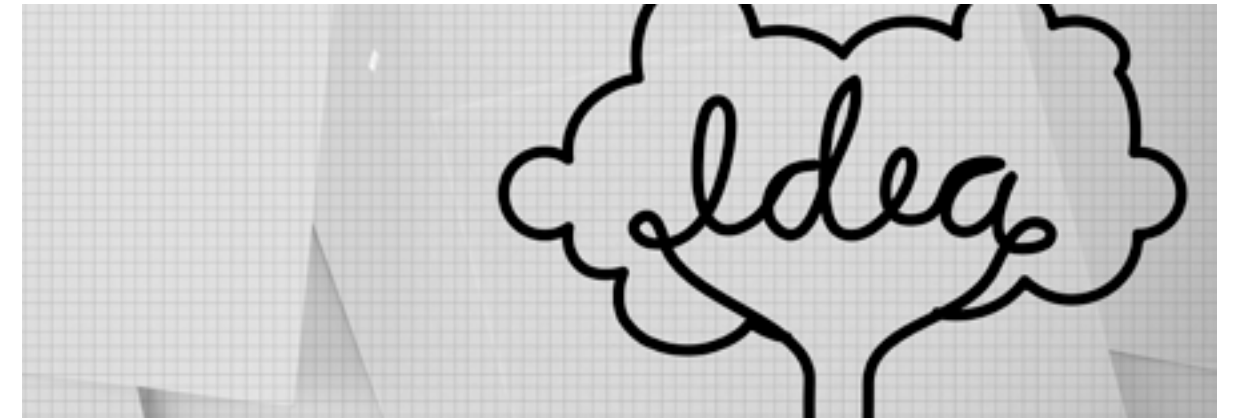
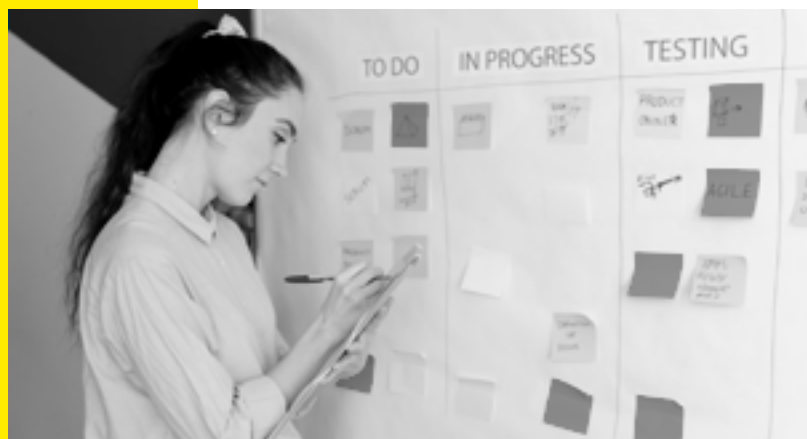
Existen otras investigaciones que, de manera lateral, han analizado los factores que ayudan a propiciar la confianza creativa. Estos factores son la autoevaluación y la influencia del ambiente en el proceso creativo. En cuanto a la autoevaluación es una herramienta muy importante que facilita el desarrollo de la confianza creativa, ya que permite desarrollar rasgos de la personalidad que son propios del sujeto creativo, en este caso la autoestima y la independencia. Mena-Camacho (2010) realizó una investigación con el objetivo de validar la autoevaluación como un instrumento para la formación profesional desde el proceso de enseñanza-aprendizaje. Dentro del estudio se evidencia que cuando el estudiante evalúa de forma crítica su aprendizaje, es capaz de reconocer sus fortalezas y debilidades lo que le permite entender cómo mejorar sus áreas débiles y potencializar sus competencias más fuertes, este proceso desarrolla su nivel de autoconocimiento, lo cual incrementa su nivel de autoestima, de autonomía en su propio proceso y, por ende, se genera un aumento en su nivel de confianza.

Según Mena-Camacho (2010), la autoevaluación debe considerarse un componente esencial dentro del proceso educativo, debido a que contribuye a formar valores tanto metacognitivos como morales. Y, al tiempo refuerza competencias socioemocionales; por ejemplo, la toma de decisiones que orientan y facilitan la autorregulación. Todo esto “estimula al sujeto a enriquecer su proyecto de vida, lo cual favorece a alcanzar progresivos niveles de desarrollo intelectual, de manera más independiente, incrementándose la confianza, seguridad, y aceptación de sí mismo como elementos esenciales de su autoestima, revirtiéndose en el afianzamiento y la proyección de sus cualidades y capacidades creativas” (Pg. 43). En ese sentido, la autorregulación no es un proceso natural, implica cultivar hábitos reflexivos y desarrollar la capacidad de perseverar en el cumplimiento de los objetivos personales. Esto incluye la habilidad de postergar recompensas inmediatas, tolerar la frustración y mantener una actitud optimista, entre otros factores que contribuyen a una mayor paciencia y tolerancia en la persona (Patiño Domínguez, 2018).

Si bien existen muchos métodos de evaluación como la coevaluación y la heteroevaluación pero en esta investigación se decide priorizar la autoevaluación ya que se pretende recoger indicadores directos de la percepción que tienen los estudiantes sobre sus propias habilidades y empoderarlos como sujetos capaces de diagnosticar y gestionar sus inseguridades, como sostiene Boud (2013), al evaluarse a sí mismos los estudiantes “se convierten en agentes activos de su propio aprendizaje” (p. 3), desarrollando metacognición y autonomía para diagnosticar y gestionar sus inseguridades. Para integrar la autoevaluación dentro de la herramienta didáctica para el desarrollo de la confianza creativa que se propondrá en la presente investigación, se podrían incluir diarios de procesos creativos, rúbricas y espacios de retroalimentación donde el estudiante pueda con autonomía reflexionar acerca de su aprendizaje, plantear criterios de forma problematizadora y soluciones.

No obstante, en la fase de retroalimentación se prevé incorporar tanto la coevaluación como la heteroevaluación, de modo que compañeros y docente puedan aportar sus observaciones, sugerencias y valoraciones sobre las ideas generadas dentro de los retos creativos.

Freepick. Woman planning scrum method [Fotografía]. Freepick. https://www.freepik.com/free-photo/woman-planning-scrum-method_7816279.htm



Adaptado de “Drawing of a tree with ideas”, de [creativeart], [Freepick]. https://www.freepik.com/free-photo/drawing-tree-with-ideas_928690.htm

Así como la autoevaluación se valora como un componente esencial en el desarrollo de la confianza creativa, también lo es el ambiente que se le proporciona a los estudiantes. Muñoz y colaboradores (2019) estudiaron la influencia del ambiente en el proceso de la escritura creativa.

Para indagar alrededor de este tema realizaron un análisis cualitativo, a través de la observación participante, del comportamiento de estudiantes de 5to y 6to básico dentro de los talleres de escritura creativa que imparte una tallerista en el colegio participante. Allí se revisaron parámetros ambientales como: planificación, motivación, monitoreo, relación entre pares y entorno físico. A continuación, se explicarán cada uno de los parámetros y la manera en que, según estos autores, inciden en el desarrollo del pensamiento creativo dentro de la escritura:



Planificación

Diversos autores como Serafini (1992) y Cassany (1993) han estudiado acerca de la importancia de incluir una etapa previa a la escritura, la cual consiste en ordenar las ideas que tiene la mente antes de empezar a crear. Serafini (1992) considera que el proceso de escritura implica tres fases interrelacionadas: pre escritura, escritura y post escritura. Es en la primera etapa, la de pre escritura en donde se generan y organizan las ideas iniciales del texto. Para esta etapa propone diferentes ejercicios, entre los que están los torbellinos de ideas o las listas de supermercado; posteriormente, se realizan mapas mentales para poder relacionarlas. Para Serafini (1992), la etapa de la escritura requiere de esas ideas previamente organizadas para empezar a redactar a través de su organización en párrafos, creando el texto que desea. Finalmente, en la etapa de Post escritura el escritor revisa las palabras superfluas o comodines que pueden cambiarse o eliminarse, también se estudia el balance de la organización del texto donde se analiza si el texto escrito funciona, verificando la formalidad y volviendo al proceso de pre-escritura. (Cassany, 1993). Es decir, en los procesos creativos, como la escritura, no podemos esperar a que todo surja de la nada. Se debe planificar a partir de ideas que se pueden ampliar, rechazar o mejorar a lo largo de todo el proceso sin que ello signifique un fracaso o un retroceso.



Motivación

Consiste en mostrar a los estudiantes el sentido del ejercicio, pues cuando el estudiante no entiende por qué aprende lo que aprende, es complejo que se engendre el aprendizaje significativo y que el estudiante active los procesos cognitivos necesarios para realizar el ejercicio. El concepto de motivación nace de la palabra “mover”; es “aquello que nos da energía para actuar y, también, aquello que hace que nuestra actuación se encamine hacia una meta” (Collwitzer, 2008, citado en Muñoz et al., 2019, p. 41). Para ayudar a generar ese sentido que ayude a motivar a los estudiantes, los autores siguen los lineamientos que Río (1992) asegura que se deberían incorporar a las actividades dentro del proceso de aprendizaje:

1. Responder a motivaciones e intenciones educativas del profesor, basadas en situaciones o problemas, compartidas por los otros miembros del grupo de trabajo y por otras personas o instituciones sociales.
2. Conectar los motivos del profesor con los intereses objetivos de los alumnos, aunque no sintonice exactamente con sus intereses subjetivos.
3. Servir para construir un entramado cognitivo y afectivo en el alumno que sea transferible a otra temática y circunstancias.
4. No ser algo cerrado, ha de permitir la elaboración por parte de los alumnos.
5. Facilitar la interacción en el aula y la mediación social entre iguales.
6. El resultado de la actividad ha de materializarse en alguna forma de “producto” (exposición, vídeo, revista, correspondencias, convivencia).
7. Cumplir una función de comunicación con otras aulas, personas o instituciones.
8. Contar con la mediación instrumental que sea precisa según la edad de los alumnos.
9. Aunque se trate del presente o del pasado, debe permitir la búsqueda de alternativas.
10. La actividad escolar debe procurar la conexión real, no sólo intencional, con actividades similares que estén llevando a cabo grupos u organizaciones sociales. (Muñoz et al., 2019, p. 43)

Utilizando estos lineamientos, los autores de la investigación aseguran que, durante el taller de escritura creativa, la tallerista enfatizó en todo momento la importancia de la libertad y la confianza en las obras de cada participante. A medida que avanzaban las sesiones, los estudiantes comenzaron a mostrar una mayor independencia en la elaboración de sus microcuentos, llegando incluso a manifestar una actitud de seguridad ante los nuevos desafíos que se presentaban (Muñoz et al., 2019).

La motivación se podría aplicar a la herramienta de confianza creativa incorporando un espacio en donde los estudiantes puedan expresar sus motivaciones y expectativas sobre el ejercicio, a su vez plantear la propuesta de que los resultados de su aprendizaje se puedan materializar en una pintura colectiva o mural que puede ser expuesto en la sala de exposiciones de Bellas Artes, convirtiéndolos en autores de su propio aprendizaje y también en mentores de confianza creativa por medio del arte gráfico.



Monitoreo

En esta etapa, el profesor tiene la responsabilidad de verificar si el estudiante ha comprendido los contenidos, si persisten dudas que requieren atención o si es necesario reconsiderar la metodología de enseñanza. Por ello, también evalúa la eficacia de su propio enfoque pedagógico. Su papel es el de un guía, respondiendo preguntas a lo largo del proceso y fomentando que los alumnos desarrollen su conocimiento de manera autónoma, a través de la exploración y el descubrimiento.



Relación entre pares:

Este elemento se da cuando hay aprendizaje cooperativo y surge la mentoría entre pares promoviendo un ambiente de confianza, empatía, tolerancia y comunicación, para que los participantes compartan conocimientos, intereses y/o contexto. Diversos autores, como (Topping, 2015) postulan que cuando individuos que comparten ciertas condiciones de igualdad, como la edad, la experiencia o la pertenencia a un rol o grupo específico, aprenden juntos, por lo que tienen la capacidad de apoyarse mutuamente de tal forma que se generan efectos significativos (Muñoz et al., 2019).



Entorno físico:

La estimulación visual que generan los colores, las formas y los elementos utilizados en la decoración y ambientación crea una sensación de bienestar y calidez en los espacios del aula, lo que contribuye a un clima motivacional favorable (Muñoz et al., 2019). Así como se piensa en el ambiente académico, es crucial pensar en el ambiente físico propicio para desarrollar la confianza creativa. En ese sentido, los autores de la investigación aseguran que “el ambiente debe ser cálido y agradablemente decorado, de manera que el profesor logre dar al centro y a su clase un aspecto acogedor. Esto permitirá que los niños experimenten emociones de orden estético” (Muñoz et al., 2019, p. 24).

Aplicándolo al presente proyecto, se podría pensar en adecuar un espacio con frases relacionadas a la confianza creativa o que ayuden a desmentir creencias limitantes que bloquean la creatividad, tomando inspiración en las frases escritas por estudiantes en los talleres de autoconocimiento, pero dándoles un giro, pensadas para inspirar y romper con ideas relacionadas al síndrome del impostor, la dependencia de la validación externa, la creencia de que la creatividad es un don reservado para unos pocos y la importancia de abrazar el error como parte del proceso. A continuación, se muestran algunos ejemplos que podrían resultar adecuados:

- *No se trata de tener ‘el don’, sino de atreverse a jugar*
- *La perfección es enemiga de la creatividad*
- *Las mejores ideas empiezan con un ‘¿y si...?’*
- *La creatividad florece cuando dejas de pedir permiso*
- *Si nunca te equivocas, es que no estás creando, solo repitiendo*

Estas fases de monitoreo y relación entre pares se podrían aplicar dentro de los ejercicios de ideación, los cuales podrían realizarse de forma cooperativa organizando a los estudiantes en pequeños grupos y brindando herramientas para sacar a los estudiantes de los bloqueos creativos, pero sin interferir en su proceso.

Instrumentos lúdicos para fomentar la confianza creativa

En su trabajo titulado *Ingenium: una aventura hacia el conocimiento: instrumento lúdico como estrategia didáctica para fomentar la confianza creativa orientado hacia la educación STEM*, Herrera Osorio y León Pérez (2018) proponen un instrumento lúdico con un enfoque en el aprendizaje basado en proyectos, orientando hacia la educación en STEM para fomentar la confianza creativa en niños de grados 1, 2 y 3 de una escuela de Bogotá. La educación STEM (Science, technology, engineering and mathematics) se utiliza en el campo de la ingeniería para crear soluciones innovadoras a problemas reales, a través de fórmulas matemáticas, conexión de circuitos o creación de códigos informáticos. Sin embargo, esta herramienta pedagógica ha trascendido a otras áreas del conocimiento ya que, según Aida Salamanca, directora de programas del British Council su principal objetivo es llevar a una persona a ser innovadora sea cual sea su campo de estudio, buscando que la persona o el estudiante adquiera competencias innovadoras y creativas para aportar al desarrollo global, de un país, una región, una ciudad, una comunidad o a problemas personales. Los autores de esta tesis teniendo en cuenta estos enfoques identificaron unas oportunidades de intervención para el desarrollo de la confianza creativa en los estudiantes:

1. Llevar a que el desarrollo de la actividad les permita moverse, tener diversos elementos que los entretenga ya que, según el estudio del grupo focal, su nivel de concentración es aproximadamente de 20 minutos antes de volver a distraerse.
2. Enseñar que está bien equivocarse.
3. Generar la participación activa de todos los alumnos, otorgándoles un papel importante a cada uno de ellos.
4. La construcción colectiva ayuda a una mejor comprensión de las temáticas.
5. Permitir que los estudiantes aprendan de la mano de otros estudiantes que

estén en un nivel educativo diferente, esto les facilita la recordación de temas y les ayuda a tener una mejor retención de la información.

6. Lograr captar la atención de los estudiantes a través de sus intereses (ejercicios de concentración) (Osorio Herrera y León Pérez, 2018).

Como puede verse, los investigadores se dan cuenta entonces que para aprovechar estas oportunidades y darles solución deben incorporar elementos como: el trabajo en equipo, los desafíos, la construcción, la fantasía y finalmente la comunicación. Y a partir de estos elementos desarrollan un instrumento lúdico denominado INGENIUM: "nos inspiramos en mundos utópicos donde caben todas las posibilidades para solucionar una dificultad y decidimos llamar al producto INGENIUM, significa GENIO en latín (persona con una capacidad mental extraordinaria para crear o inventar cosas nuevas y admirables). Habrán personajes y una historia con un hilo conductor para estimular la imaginación de los mundos" (Osorio Herrera y León Pérez, 2018)

El instrumento diseñado por Osorio Herrera y León Pérez (2018) consta de los siguientes elementos:

1. **Un libro de instrucciones para el docente** con gráficos que muestran el objetivo del juego, que contiene, como usarlo, qué competencias desarrolla y alternativas diferentes para realizar otras dinámicas con el mismo juego.
2. **Mapa sobre la historia del juego** con los personajes que participan ambientado en una temática espacial. son entregados a cada equipo de estudiantes.
3. **Tarjetas con desafíos** que mostrarán distintas situaciones problemáticas por las que pasan los personajes principales y que los estudiantes deberán resolver a través de soluciones lógicas matemáticas.
4. **Cartas con el nombre de los equipos y su descripción**, cada equipo tendrá el nombre de un personaje (p.e: Cybots galácticos, Gelatinosos azules, entre otros).
5. **Módulos de construcción** para construir de manera física la solución y desarrollar en los estudiantes el pensamiento espacial, constan de 4 figuras geométricas que les permiten llegar a distintas soluciones de un mismo problema



Adaptado de *Ingenium: Una aventura hacia el conocimiento. Instrumento lúdico como estrategia didáctica para fomentar la confianza creativa orientado hacia la educación STEM* Herrera, S. C., & León, J. P., 2017

La investigación de Osorio Herrera y León Pérez (2018) es interesante porque la idea de una herramienta lúdica que fomente la creatividad puede aplicarse en otras áreas. Dentro de la herramienta que se propondrá para desarrollar la confianza creativa en estudiantes de Bellas Artes se podrían plantear retos reales para solucionar a través del diseño gráfico, estos retos podrían diseñarse en tarjetas, también podrían incluirse plantillas de mapas conceptuales y demás herramientas de ideación con módulos 2d o 3d para materializar las ideas a través de prototipos, con un enfoque STEM adaptado al diseño gráfico.

Campo de seguridad creativo

Otra investigación interesante que ofrece una herramienta para el desarrollo de la confianza creativa es la titulada: *Desarrollo del campo de seguridad creativo para la construcción de objetos artísticos*. Esta investigación (Radice, et al., 2010) se enfoca en mostrar la importancia de brindar un campo de seguridad creativo para un grupo de estudiantes que deben construir un objeto performativo por medio de diversos materiales (sonidos, palabra, cuerpo, imagen, etc.). para la cátedra de Taller básico de escenografía. Según los autores, todos los alumnos llegan a las clases con un saber previo y este se convierte en el punto de partida para desarrollar el aprendizaje. Es decir, que no se parte de la limitación que pueda tener el alumno sino de sus habilidades o conocimientos previos o como bien lo denominan los autores desde su propio campo de seguridad creativo. A partir de este punto de partida le será más cómodo comenzar a explorar y desarrollar sus ideas.

En ese sentido, Radice y colaboradores (2010) sostienen que empezar desde lo conocido es posicionar al estudiante en el campo de lo afectivo más que de lo cognitivo, y precisamente en esta área es donde los estudiantes necesitan sentirse cómodos, cuando un estudiante no confía en su capacidad creativa, el problema no está en que no sepa cómo ser creativo (cognitivo), sino en cómo se siente respecto a su creatividad (afectivo). "El campo de seguridad creativo" permite que los alumnos desarrollen sus capacidades con un alto grado de libertad y rendimiento, generando un ambiente donde se valoran tanto la individualidad como el trabajo colaborativo" (p.1).

Para generar un campo de seguridad creativo en el aula se necesita tener en cuenta principalmente dos aspectos: el conjunto de saberes previos del alumno y del docente y algo que los autores llaman "la esfera de lo afectivo" que es la valoración actitudinal por parte del alumno de estos saberes, incluyendo también los de sus compañeros de clase. "Es a partir de estas estructuras que el sujeto produce un flujo de significaciones entre sí mismo y el mundo social. Es en este constante intercambio donde se produce la aprehensión de saberes nuevos" (Radice et al., 2010, p. 2). Esta acción metodológica se compone de siete espacios, los cuales, desde el diseño gráfico, se pueden desarrollar de la siguiente forma:



N. Fewings.(2020). *Estampado negro y gris* [Fotografía]. Unsplash. <https://unsplash.com/es/fotos/textil-estampado-negro-y-gris-i-love-you-4pZu15OeTXA>



F. Buitenwerf.(2019). *Hombre con camiseta negra fotografía de primer plano* [Fotografía]. Unsplash. https://unsplash.com/es/fotos/hombre-con-camiseta-negra-fotografia-de-primer-plano-QsZkak27Jkscrum-method_7816279.htm

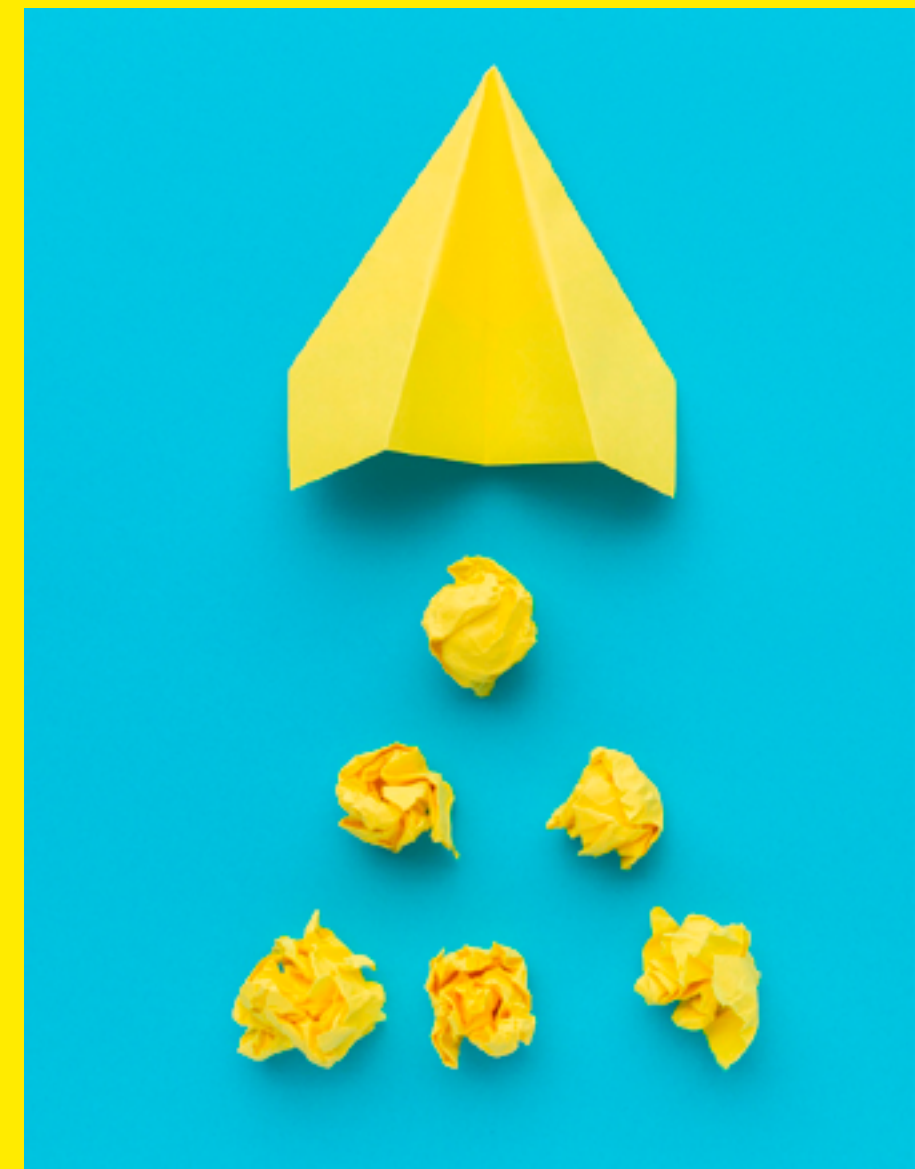
1. Espacio físico: la distribución física de los alumnos debe ser en mesa redonda, donde todos los estudiantes junto con el profesor puedan verse.
2. Espacio de aporte del saber propio individual y del grupal: Aquí profesores y alumnos realizan sus aportes desde su propia experiencia, material de estudio, plástico, visual y conceptual.
3. Espacio de conceptualización y aprehensión teórica: antes de crear un diseño se analizan diversas propuestas gráficas que respondan a la propuesta conceptual y que sirvan de ejemplo y punto de partida para el debate.
4. Espacio de productividad: Momento para la creación artística.
5. Espacio de puesta en común: Aquí cada alumno o grupo muestra su producción gráfica y realiza observaciones sobre su proceso.
6. Espacio de reflexión crítica: Aquí los alumnos debaten sobre sus propuestas desde lo conceptual, estético, metodológico, expresivo, esto permite que adquieran competencias para reflexionar de forma crítica sobre sus trabajos y los trabajos de sus compañeros, identificar aspectos de mejora o fortalezas y adquirir las competencias necesarias para la confrontación de ideas y defensa de sus propuestas artísticas.

Después de este repaso sobre el concepto de confianza creativa y sobre las estrategias personales y didácticas que pueden aplicarse para fomentarla y desarrollarla en los estudiantes se hace más claro saber qué tipo de herramienta se puede crear; podría incorporar módulos que guíen a los estudiantes a través de las distintas fases del design thinking para solucionar un problema real a través del diseño, creando formatos lúdicos para el análisis de problemas, soluciones a través del prototipado, brindar espacios de retroalimentación continua e iteración, lo cual fortalecerá la resiliencia y la capacidad de adaptación creativa en los estudiantes de diseño gráfico.

La incorporación de estas herramientas didáctico-pedagógicas permitirá crear un ambiente propicio para el desarrollo de la confianza creativa en los estudiantes de diseño gráfico de Bellas Artes Cali; integrar estrategias como la autoevaluación, la creación de ambientes creativos, el aprendizaje basado en proyectos, la educación STEM, el establecimiento de un campo de seguridad creativo y la aplicación del Design Thinking permitirá que los estudiantes desarrollen sus habilidades creativas desde lo cognitivo, pero también desde lo emocional, permitiéndoles enfrentar retos con mayor autonomía y seguridad lo que afianzará el desarrollo creativo.

Metodología

Para proponer una herramienta pedagógica que potencie la competencia de la confianza creativa, el tipo de investigación que se llevó a cabo fue la exploratoria, por lo cual se ha recopilado información acerca del concepto de confianza creativa, además de, explorar las teorías y herramientas fundamentales para el desarrollo de esta competencia en los estudiantes. Adicionalmente, se investigaron las herramientas didácticas idóneas en este ejercicio y cómo estas pueden potenciarla. En virtud de lo anterior, se usaron técnicas con enfoque teórico-bibliográfico.



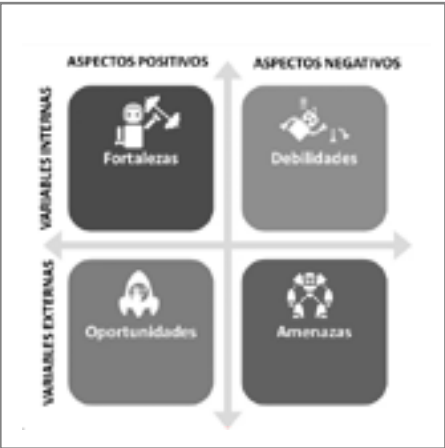
Freepick.(2023). *top view composition with innovation elements* [Fotografía]. Freepick. https://www.freepik.com/free-photo/top-view-composition-with-innovation-elements_13295967.htm

03.

Con el objetivo de comprender cómo se desarrolla la confianza creativa en los estudiantes, se han recopilado evidencias de la falta de confianza creativa durante la asignatura Taller de Portafolios, impartida a estudiantes de Diseño gráfico de Bellas Artes, que cursan distintos semestres, en un rango de edad de 20-25. Este curso pretende llevar al estudiante por un proceso de autoconocimiento, descubriendo habilidades, competencias, debilidades y oportunidades para que él mismo pueda reconocerse, desarrollar su identidad y finalmente, plasmarla gráficamente en un portafolio.

La técnica de recolección de información es la entrevista, y se realiza a través de herramientas de autoconocimiento ya conocidas, para indagar de forma abierta y recoger información personal que sirviera de insumo para el proceso de autoconocimiento; A partir de estos resultados se construye la siguiente tabla (ver tabla 1) que muestra los dos instrumentos de recolección de información con las respuestas de cada estudiante. Se pretende obtener datos cualitativos de acuerdo a cada instrumento.

Ilustración 3. Matriz DOFA



Google.(2022).Matriz Dofa[Diagrama]. <https://rosanarosas.com/wp-content/uploads/2019/02/Imagen5-1.png>

A través de la matriz DOFA se desea identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas internas o externas para tomar decisiones estratégicas que permitan identificar áreas de mejora, potenciar habilidades y alcanzar los objetivos planteados por el estudiante.

Por su parte, la ventana de Johari es una herramienta de autoevaluación que se usa para entender la percepción del estudiante en relación con los demás, es decir cómo se ve el mismo, cómo cree que lo ven los demás y cómo lo ven realmente, con el objetivo de comprender mejor las fortalezas, debilidades y patrones de comportamiento para tomar medidas que puedan potenciar y contribuir al desarrollo personal y grupal de los estudiantes.

Ilustración 4. Ventana de Johari



Google.(2018).Ventana de Johari [Diagrama]. https://www.rhpsicologos.com/blog/files/johari_jk588j9d.jpg

La recolección de información se realizó en modalidad presencial como un ejercicio de clase, de forma individual y escrita. De estos resultados solo se tomará como muestra las respuestas que se relacionan con la falta de confianza creativa, esta muestra es usada para evidenciar el bajo nivel de confianza dentro del grupo focal y será insumo para crear una herramienta didáctica enfocada en potenciar esta habilidad.

Tabla 1. Respuestas a talleres para la asignatura Taller de Portafolios. Semestre 2024-2

Estudiante	Método	Respuestas
Ana Sofía	Ventana de Johari	"Constantemente tengo miedo de decepcionar a otros, pues no me suelo sentir apta para conseguir las cosas que deseo lograr en la vida, además de tener miedo de arrastrar a otras personas conmigo"
		"Cómo y qué puedo hacer para poder sentirme mejor en mis malos momentos"
		"Por qué razón dudo tanto de mis capacidades"
	DOFA	"Puede afectar fácilmente a mi autoestima el recibir una mala crítica"
Daniela	Ventana de Johari	"La indiferencia hacia mi trabajo o esfuerzo"
		"Soy creativa y considero que tengo buen ojo dentro del diseño. Aunque la mayoría de veces dudo sobre mis trabajos"
		"Soy insegura con respecto a mis logros"
	DOFA	"Me quejo de que algo me quedó mal y a la final me sale bien"
		"Justifico hasta lo injustificable sin darme cuenta"
		"Me comparo mucho con los demás. Aunque siempre soy negativa con respecto a lo que hago, en algunos momentos pienso en que lo que yo he hecho es mejor. Y no me gusta este aspecto. Busco mucho el reconocimiento constante exigiéndome demás en la realización de proyectos"
		"Soy tímida y me cuesta un poco expresar mis ideas y relacionarme con varias personas"
		"Suelo ser muy pesimista y sufrir del síndrome del impostor. Por esa misma razón, a veces dejo algunos proyectos personales que pueden ser grandes y buenos, pero por mi miedo a fallar los paro"
		"En el mercado hay muchas personas más preparadas, con mayores conocimientos y mejores herramientas que las que poseo yo sobre la animación"
Dylan	Ventana de Johari	"Temo no cumplir expectativas"
	DOFA	"Me cuesta arriesgarme"
Georgi	DOFA	"Inseguridades al presentar trabajos o defender ideas frente a clientes y cobrar"

Isabella	DOFA	"Tener bloqueos creativos en los momentos donde tengo que planear una pieza gráfica".
	DOFA	"Falta de confianza".
		"Mi falta de confianza se manifiesta en una tendencia a buscar la aprobación de los demás antes de tomar decisiones, incluso cuando en el fondo sé que debería confiar en mi propio juicio. Esta inseguridad me lleva a dudar de mis propias capacidades y a depender de las opiniones ajenas para sentirme seguro en mis elecciones. Aunque reconozco que tengo la capacidad de tomar decisiones por mí mismo, a menudo me resulta difícil avanzar sin la validación externa, lo que puede limitar mi crecimiento personal y profesional. Estoy trabajando en fortalecer mi confianza para ser más independiente y seguro en mis decisiones, confiando en que mi intuición y experiencia son suficientes para guiarme en la dirección correcta".
Juan David	Ventana de Johari	
	Ventana de Johari	"Muchas veces no veo el potencial en varios aspectos de mi vida lo cual me lleva a desanimarme por qué pienso que lo estoy haciendo mal, como tipo síndrome del impostor".
Juana	DAFO	"Me cuestiono demasiado si mi trabajo está bien o mal".
María	DAFO	"Falta de confianza en lo que soy y hago".
	Ventana de Johari	"Soy susceptible a los comentarios negativos".
		"Me mantengo dentro de mi zona de confort".
		"Tengo poca confianza en mí".
		"No tolero la incertidumbre".
		"Me frustró con facilidad".
Sara	DOFA	"Puedo llegar a ser perfeccionista y aunque no me demore mucho realizando o entregando los trabajos, le invierto tiempo que se vuelve excesivo, lo que me hace caer en el burnout".
Valentina	DOFA	"Soy insegura y a veces eso hace que pueda desanimarme".

Analizando los resultados obtenidos en la Tabla 1 se puede interpretar que existe una falta de confianza por parte de los estudiantes que proviene de inseguridad, miedo a juicio, o sentirse sin capacidad. Esto se evidencia en comentarios como los siguientes:

“Soy insegura y eso a veces hace que pueda desanimarme” (Valentina, DOFA).

“Falta de confianza en lo que soy y hago” (María, DOFA).

“Mi falta de confianza se manifiesta en una tendencia a buscar la aprobación de los demás antes de tomar decisiones, incluso cuando en el fondo sé que debería confiar en mi propio juicio. Esta inseguridad me lleva a dudar de mis propias capacidades y a depender de las opiniones ajenas para sentirme seguro en mis elecciones...” (Juan David, Ventana de Johari).

“No me suelo sentir apta para conseguir las cosas que deseo lograr en la vida” (Ana Sofía, Ventana de Johari).

Además, según estas afirmaciones que, en su mayoría hablan sobre un bajo nivel confianza, se traducen en ocasiones en otras actitudes, como inseguridad, procrastinación, frustración, desánimo, bajo nivel de tolerancia al cambio o a la incertidumbre, tendencia a buscar la aprobación en los demás, bloqueos creativos, etc.

Sin embargo, estas actitudes o sentimientos pueden complicarse y se puede observar que estos estados llegan a afectar el rendimiento académico y profesional, lo comprueban afirmaciones como los siguientes:

“Puedo llegar a ser perfeccionista y aunque no me demore mucho realizando o entregando los trabajos, le invierto tiempo que se vuelve excesivo, lo que me hace caer en el burnout” (Sara, DOFA).

“Inseguridades al presentar trabajos o defender ideas frente a clientes y cobrar” (Georgi, DOFA).

“Aunque reconozco que tengo la capacidad de tomar decisiones por mí mismo, a menudo me resulta difícil avanzar sin la validación externa, lo que puede limitar mi crecimiento personal y profesional” (Juan David, ventana de Johari).

“Suelo ser muy pesimista y sufrir del síndrome del impostor. Por esa misma razón, a veces dejo algunos proyectos personales que pueden ser grandes y buenos, pero por mi miedo a fallar los paro” (Daniela, DOFA)

Conforme a lo planteado en el tercer objetivo de esta investigación, se identificó que en la Institución universitaria Bellas Artes hay una población de estudiantes de diseño gráfico que presenta un bajo nivel de confianza creativa, según se pudo validar a través de instrumentos de recolección de información como la matriz DOFA y la Ventana de Johari. Los resultados arrojan información sobre la forma en que se manifiesta este bajo nivel de confianza creativa y sus consecuencias.

Es por ello que se hace necesaria una estrategia que propicie que los estudiantes dejen atrás estas ideas y se concentren en sus propios procesos. Sin embargo, como se ha visto a lo largo de este trabajo, dicha estrategia debe estar pensada para generar confianza creativa desde el mismo proceso de creación. A continuación, en el próximo apartado se presenta la propuesta didáctica para conseguir aumentar la confianza creativa de estos estudiantes

Herramienta Didáctica



Adaptado de "Yellow insulated delivery bag", de [qalebstudio], [Freepik], https://www.freepik.com/free-photo/yellow-insulated-delivery-bag_417283001.htm#from_element=cross_selling_photo

04.

CreSer

Desarrolla tu ser creador

CreSer es una herramienta didáctica que tiene como objetivo potenciar la confianza creativa en estudiantes de diseño gráfico, para lograrlo se ha hecho una revisión bibliográfica y se han incluido en las actividades propuestas las teorías y metodologías encontradas, acorde a los procesos de diseño llevados a cabo en la institución universitaria Bellas Artes.

Es así que esta herramienta, alineada con los principios del Design Thinking (Sternbeck, 2011) que se han revisado, propone una estructura iterativa que permite al estudiante resolver un problema real de diseño recorriendo caminos de divergencia y convergencia e ir mejorando sus ideas a partir de la retroalimentación (ZDP, MarQo Patton, 2020). Esto contribuye a que se vaya formando la confianza creativa.

Por otro lado, para este diseño se ha considerado que la actividad sea desarrollada en un campo de seguridad creativo (Radice, et al., 2010 y Muñoz et al., 2019). Siguiendo a estos estudiosos, se plantea una presentación y ambientación que permita contextualizar al estudiante. Según estos autores, para que cualquier actividad pedagógica se pueda desarrollar desde el campo de seguridad creativa se debe tener en cuenta siete espacios o fases: espacio físico, espacio de aporte del saber propio individual y grupal, espacio de conceptualización y aprehensión teórica, espacio de productividad, espacio de puesta en común, espacio de reflexión crítica.

Además, en las actividades propuestas dentro de la herramienta didáctica los errores se ven como aprendizajes; así como ninguna propuesta es descartada, sino que hace parte del proceso; de manera que se pueda mostrar al estudiante la importancia de la actividad, a la vez que se desmiente la idea de que la creatividad es solo para mentes brillantes (Hermanos Kelley, 2003) y otro tipo de creencias limitantes.

Posteriormente, para seguir brindando un ambiente seguro, en la herramienta propuesta, se busca la socialización de los saberes previos de los estudiantes respecto al concepto de confianza creativa, recordando momentos de éxito, descubriendo miedos y buscando referentes de inspiración, a partir de la teoría del Aprendizaje Vicario de Bandura (1997).

En la estrategia se usan recursos como el collage digital, el diario de reflexión y el muro de la confianza, los cuales facilitan la organización de las ideas y la autoevaluación, teniendo en cuenta que esta última fase ayuda al estudiante a reconocerse en sus aciertos y áreas de mejora, lo que permite que aumente su nivel de autoestima y por ende su nivel de confianza creativa. En ese sentido, hay que decir que esto lo investigan diversos autores como Camacho (2010) quién demuestra que la autoevaluación favorece el desarrollo de la confianza creativa ya que refuerza competencias socioemocionales propias del sujeto creativo como la autoestima y la independencia, ya que cuando el estudiante es capaz de reconocer sus aciertos y aspectos de mejora, entiende como potenciar sus habilidades, se reconoce y esto incrementa su nivel de confianza.

Por su lado Muñoz y colaboradores (2019) afirman que hay parámetros ambientales que pueden potenciar la creatividad como la planificación (antes del desarrollo creativo) y la motivación. Estos autores consideran necesario mostrar el sentido del ejercicio y responder a motivaciones, tanto del alumno como del profesor, así como facilitar la interacción en el aula y mediación entre iguales, la materialización del aprendizaje y la conexión con el mundo real. Es por ello que para el diseño de la herramienta didáctica se hace pertinente proponer un monitoreo (verificación del aprendizaje por parte del docente), establecer relación entre pares (mentoría entre iguales) y controlar el entorno físico (elementos utilizados en la decoración del espacio que brinden un clima motivacional) para que todo ello haga más propicio el desarrollo de la confianza durante el proceso creativo.

El proceso anterior se consolida en un producto llamado el Muro de la confianza que pretende inmortalizar estos aprendizajes para que se conviertan en éxitos previos que proporcionen una autopercepción positiva para enfrentar futuros retos y fortalecer su área de Dominio Personal (Bandura, 1997). Para ver con detalle la correlación entre las teorías y actividades propuestas puede verse la primera versión de la herramienta en el Anexo 2.

La herramienta consta de tres fases de 45 minutos cada una, en las cuales se realizan diversas actividades para el logro de los objetivos. A continuación, se presenta cada una de estas fases en una tabla de planeación de las actividades y se diseña una rubrica de valuación por cada fase.

Presentación

Tema a desarrollar	Desarrollo de la confianza creativa
Presentación	Entraremos en un proceso en donde descubriremos nuestra capacidad innata para ser creativos y superar las barreras que nos limitan. Todas las personas tienen el potencial de ser creativas, pero, no muchas pueden desarrollar su creatividad, independientemente de las habilidades técnicas o conocimientos que posean, ya que, en numerosas ocasiones, tienen miedos que bloquean su creatividad, aquí entra la importancia de desarrollar nuestra confianza creativa, que es la creencia en la propia capacidad para generar ideas originales y resolver problemas de manera innovadora. Kelley (2013). Esta competencia nos permitirá pasar de tener potencial creativo a llevar acciones creativas concretas.
Objetivo de la Herramienta	Adquirir estrategias que permitan desarrollar en los estudiantes de diseño gráfico la confianza creativa a lo largo de un proceso de diseño.
Ambientación	Esta actividad se realizará en un salón que estará ambientado con frases relacionadas a la confianza creativa que ayuden a desmentir creencias limitantes que bloquean la creatividad, tomando inspiración en las frases escritas por estudiantes en los talleres de autoconocimiento: - No se trata de tener ‘el don’, sino de atreverse a jugar. - La perfección es enemiga de la creatividad. - Las mejores ideas empiezan con un ‘¿y si...?’. - Cada vez que fracasas estás un paso más cerca a tu objetivo. - Si nunca te equivocas, es que no estás creando, solo repitiendo.

Fase 1. Calentamiento creativo

Fase 1: INICIO	
Duración:	45 min
Objetivo:	Calentamiento creativo y reconocimiento de creencias previas sobre la creatividad que pueden estar afectando la confianza creativa.
Evaluación:	Reconocimiento de errores creativos, habilidad para reflexionar y analizar sobre el aprendizaje detrás del error, participación activa.
Recursos:	Hojas de papel, lápices, tablero, dispositivo con internet(opcional).
Actividad N°1	Empezar desde lo conocido
¿En qué consiste la actividad?	Se organizarán en mesa redonda estudiantes y profesor. De forma colectiva se hablará sobre la confianza creativa, ¿qué se entiende de ella?, ¿qué mitos hay alrededor de la creatividad?, ¿cómo influye lo emocional en el proceso creativo?, ¿qué experiencias se han tenido con relación a la creatividad?.
Actividad N°2	Descubriendo miedos que atentan contra la creatividad
¿En qué consiste la actividad?	De forma individual describe cuáles son tus miedos en el momento de enfrentar un proyecto creativo, por ejemplo: miedo a lo desconocido, a ser juzgado, a tomar decisiones, a perder el control o a equivocarte.
Actividad N°3	Encuentra inspiración
¿En qué consiste la actividad?	Piensa en personas de tu entorno o personajes ficticios que representen un modelo a seguir para ti, no busques personas perfectas, busca personas que hayan podido superar sus miedos creativos, podrías hacer una búsqueda en internet si no lo tienes claro. Dibújalo y escribe palabras claves que te ayuden a recordar cómo logró salir de sus peores momentos y alcanzar un objetivo.

Actividad N°4	Adopta una mentalidad de experimentación
¿En qué consiste la actividad?	Veremos el fracaso como una oportunidad para aprender. Te encuentras en un ambiente seguro para equivocarte. La idea perfecta no nace siendo perfecta, Se construye a través del error. Analiza momentos en los que te equivocaste en medio de un proceso creativo que hayas podido lograr con éxito ¿qué errores cometiste?, ¿qué beneficio te trajo el error? ¿qué aprendiste?.

Rúbrica Fase 1

Criterio	Nivel alto (4)	Nivel Medio (3)	Nivel básico (2)	Nivel insuficiente (1)
Participación activa	Participa con ideas relevantes y reflexivas	Participa ocasionalmente	Participa con ideas vagas	No participa
Reconocimiento de miedos	Identifica miedos específicos y los contextualiza	Identifica miedos pero sin mucha profundidad	Enumera miedos sin explicación	No identifica miedos
Representación inspiradora	Dibujo y palabras clave muestran profundidad emocional	Representación clara pero poco profunda	Representación vaga o incompleta	No realiza la actividad
Reflexión sobre el error	Analiza errores pasados y extrae aprendizajes significativos	Reconoce errores y aprendizajes generales	Menciona errores sin reflexión	No identifica ni reflexiona

Fase 2. Proceso de experimentación y creación

DESARROLLO

Duración:	45 min
Objetivo:	Potenciar la confianza creativa y la capacidad de experimentación a través de la resolución de problemas de diseño reales
Evaluación:	Observar la originalidad, retroalimentación, participación, trabajo en equipo.
Recursos:	Tarjetas impresas o digitales con encargos de diseño, dispositivo con software de diseño o con acceso a Canva y a internet, papeles y lápices (solo si se hace análogo), formatos Flor de loto, Crazy 8 y seis sombreros para pensar (digitales o análogos), Tablero digital o análogo para socializar las propuestas

Actividad N°1

Encargo de Diseño

¿En qué consiste la actividad?

Trabajaremos con un problema real (la creación de una marca para una empresa, la creación de un personaje, la ilustración para una publicación editorial etc., problemas reales de agencias de publicidad existentes, estudios de diseño, editoriales, productoras. Estos problemas estarán presentados en unas tarjetas, cada tarjeta tendrá un encargo de diseño, en el que encontrarán: el encargo, el usuario, la necesidad, beneficios esperados, entorno competitivo, condiciones/materiales/procesos. Cada grupo elegirá una tarjeta con un problema de diseño que se relacione con sus intereses o que le haya generado un bloqueo creativo en algún momento de la carrera.

Actividad N°2	Collage Digital
¿En qué consiste la actividad?	Cada grupo realizará un collage digital de ideas que permita encontrar propuestas gráficas que sirvan de referentes para darle solución al encargo de diseño, se pueden agregar tipografías, gamas cromáticas o piezas gráficas que sirvan de inspiración conceptual y gráfica para posteriormente desarrollar la primera idea.
Actividad N°3	Ideación (Nivel 1)
¿En qué consiste la actividad?	A partir de métodos de ideación como la flor de loto y Crazy 8. etc. le daremos solución al problema. Cada grupo ideará diferentes soluciones, se pondrán en votación y se elegirá la mejor ó la mezcla de varias.
Actividad N°4	Retroalimentación
¿En qué consiste la actividad?	En esta fase eliminaremos prejuicios alrededor de las críticas, serás valiente frente a ellas. No hay críticas negativas, son solo críticas y todas nos ayudarán a crear la mejor idea. Cada grupo de estudiantes socializará las ideas elegidas para que sus compañeros y el profesor realicen una retroalimentación de cada de una de ellas a través de la técnica seis sombreros para pensar.
Actividad N°5	Ideación (Nivel 2)
¿En qué consiste la actividad?	Cada grupo generará una nueva idea o mejorará alguna de las planteadas con anterioridad a partir de la retroalimentación de sus compañeros y del profesor.

Rúbrica Fase 2

Criterio	Nivel alto (4)	Nivel Medio (3)	Nivel básico (2)	Nivel insuficiente (1)
Comprensión del problema de diseño	Analiza profundamente el encargo y su contexto	Comprende el encargo de manera general	Tiene dificultades para identificar elementos clave	No comprende el encargo
Calidad del collage de referentes	Incluye referentes variados y pertinentes	Incluye referentes adecuados	Referentes limitados o poco relevantes	No realiza collage
Uso de técnicas de ideación	Aplica correctamente y genera múltiples ideas	Aplica las técnicas con orientación	Usa las técnicas de manera superficial	No aplica técnicas
Retroalimentación	Escucha, aporta y aplica sugerencias constructivas	Aporta o recibe sugerencias con apertura	Tiene dificultad para recibir o aportar críticas	Rechaza o ignora
Mejora de propuesta	Integra eficazmente la retroalimentación para mejorar la propuesta	Hace mejoras básicas en su propuesta	Mejora poco su propuesta	No realiza mejoras

Fase 3: Hacia la Autoevaluación

FINAL

Duración:	45 min
Objetivo:	Promover la autoevaluación como instrumento de autoconocimiento y autorreflexión en pro del desarrollo de la autonomía, la autoestima y la confianza creativa.
Evaluación:	Identificar aspectos positivos, aspectos de mejora y aprendizajes dentro de su proceso creativo.
Recursos:	Formato para diario de reflexión (digital o impreso), materiales para dibujar y escribir, hojas de papel, panel para exposiciones o tablero en Miro /Padlet (si se hace digital), cinta pegante.

Actividad N°1

Diario de Reflexión

¿En qué consiste la actividad?

La autoevaluación nos permite desarrollar rasgos de personalidad que son propios de las personas creativas; como la autoestima y la autonomía y estas a su vez aumentan nuestro nivel de confianza creativa.

Pregúntate si la solución responde a la necesidad planteada por el usuario en el encargo de diseño, si le brinda los beneficios esperados, si se adapta al contexto y cumple con las condiciones propuestas.

En el formato Diario de reflexión, escribe una reflexión sobre tus aciertos y aspectos de mejora, ayúdate con la escala de emojis que encontrarás en el formato.

¿Cuál es tu nivel de confianza creativa ahora? encuentras mejoría respecto a los miedos que identificaste en la actividad N.º 2 de la Fase 1?

Actividad N°2

El muro de la confianza

¿En qué consiste la actividad?

Plasma el aprendizaje obtenido a través de dibujos o de notas en el muro de la confianza, un panel que se encuentra en la sala de exposiciones que estará destinado para tal fin.

Rubrica Fase 3

Criterio	Nivel alto (4)	Nivel Medio (3)	Nivel básico (2)	Nivel insuficiente (1)
Reflexión escrita	Claridad y profundidad en sus reflexiones	Reflexión clara pero poco profunda	Reflexión vaga o poco sincera	No reflexiona
Evaluación del encargo de diseño	Autoevalúa críticamente con base en criterios claros de diseño	Se autoevalúa con cierta claridad	Evaluación superficial	No se autoevalúa
Evolución de confianza creativa	Evidencia mejora sustancial y conciencia de sí	Reconoce mejoras generales	Poca conciencia de cambio	No reconoce evolución
Aporte al muro	Aporta con creatividad y reflexión significativa	Aporte adecuado pero poco elaborado	Aporte simple o genérico	No aporta

Como se puede ver, la herramienta está diseñada pensando en que los estudiantes reflexionen antes, durante y después de sus procesos de diseño sobre algunos aspectos que implica la creatividad, desde los saberes previos, las experiencias -buenas y malas- anteriores, así como las oportunidades para mejorar a lo largo del mismo trabajo creativo, proporcionando ambientes propicios y, sobre todo, haciendo énfasis en sus capacidades y las oportunidades de mejora. También se ha buscado propiciar un ambiente adecuado para que los estudiantes puedan monitorearse, ayudarse entre ellos y permitirse las equivocaciones.

Con esta herramienta se busca evitar las inseguridades, el miedo a la crítica y la baja autoestima que se ha detectado tienen los estudiantes de Diseño Gráfico de Bellas Artes.

Ver Propuesta Herramienta Interactiva

Análisis de Resultados

Esta investigación tuvo como punto de partida un problema que se identificó a través de un ejercicio de maestría llamado “El faro de los valores” el cual tenía como objetivo aumentar el nivel de confianza creativa en los estudiantes de Diseño Gráfico. La dinámica consistió en que los estudiantes reconocieran sus valores, los cuales a su vez se convirtieron en herramientas para dar luz a sus creencias limitantes, también identificadas dentro del ejercicio.

Al final de la actividad los estudiantes debían explicar cómo se sentían y expresarlo gráficamente a través de una escala de confianza creativa creada a partir de emojis que permitía observar el impacto del ejercicio en los estudiantes. La mayoría expresaron sentirse más conscientes de sus valores y de cómo estos ayudan a disminuir sus inseguridades. Para sistematizar esta evaluación se diseñó una lista de chequeo que se presenta a continuación y que permitió validar el aprendizaje de manera estructurada.

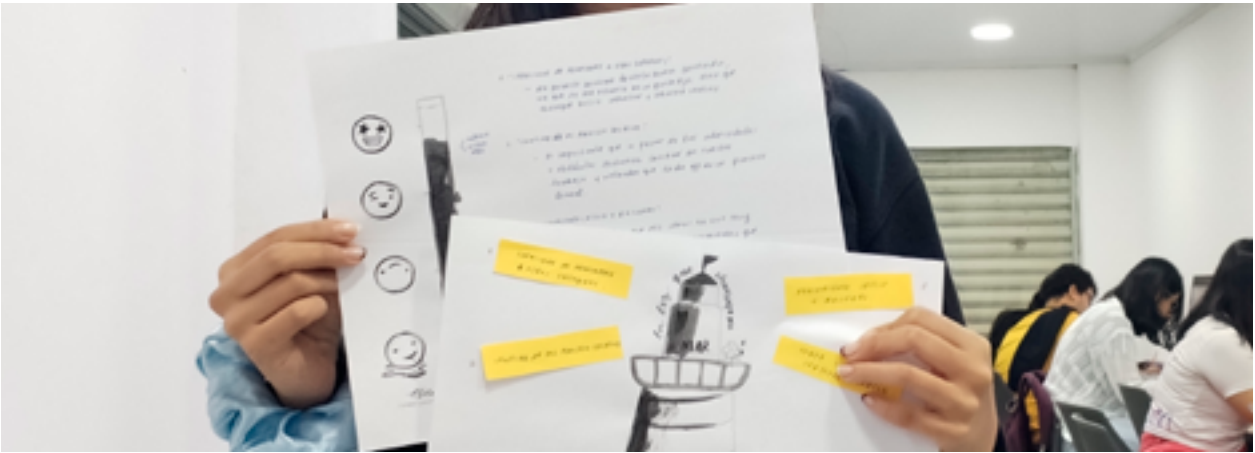
Lista de chequeo para evaluar el nivel de Confianza Creativa

N.º	Aspecto a evaluar	Sí	No	Observaciones
1	Reconoce claramente sus valores personales.			
2	Identifica creencias limitantes que afectan su proceso creativo.			
3	Identifica y reflexiona acerca de cómo sus valores pueden ser herramientas para enfrentar sus creencias limitantes.			
4	Después del ejercicio reflexiona acerca de su nivel de confianza creativa y usa la escala de confianza para expresarlo gráficamente.			
5	Reconoce algún cambio en la percepción sobre sus capacidades creativas desde el inicio hasta el final del ejercicio.			

A través de estas evaluaciones se identificaron diversas respuestas significativas que reflejan cómo los estudiantes reconocieron y aplicaron sus valores para enfrentar sus creencias limitantes como: *“mi disciplina, creatividad y empatía iluminan a: mi inseguridad, pesimismo, miedo al fracaso y a no tener el control, ya que con esfuerzo y confianza puedo eliminar poco a poco mis inseguridades”* (Figura 10. Estudiante 6), También está el caso de la estudiante 9 quién al principio identificó que una de sus mayores limitantes era la procrastinación y durante el ejercicio identificó que a partir del valor de la autonomía podría llegar a hacer realidad sus ideas y no aplazarlas *“La autonomía nos permite tomar la decisión de transformar una idea en una realidad y no aplazarla constantemente”* (Figura 11 y 12. Estudiante 9). La misma estudiante al principio expresa sentirse amenazada por las inteligencias artificiales, sin embargo más adelante reflexiona acerca de cómo su habilidad de pensamiento crítico le permite comprender aquello que la hace única y capaz para enfrentar los cambios tecnológicos con éxito *“el pensamiento crítico nos hace cuestionarnos nuestra labor para sacarle el mayor provecho posible y comprender que nos hace únicos, incluso con avances tecnológicos tan grandes como las IA”*; esta misma estudiante argumenta tener un *“perfeccionismo tóxico”* pero identifica que su habilidad de tomar riesgos le permite luchar contra esta creencia limitante que bloquea su proceso creativo *“Arriesgarse a tomar la iniciativa es una muestra de valentía y un acto de amor con nosotros mismos, al intentar luchar con el no soy capaz”* (Figura 11 y 12. Estudiante 9).

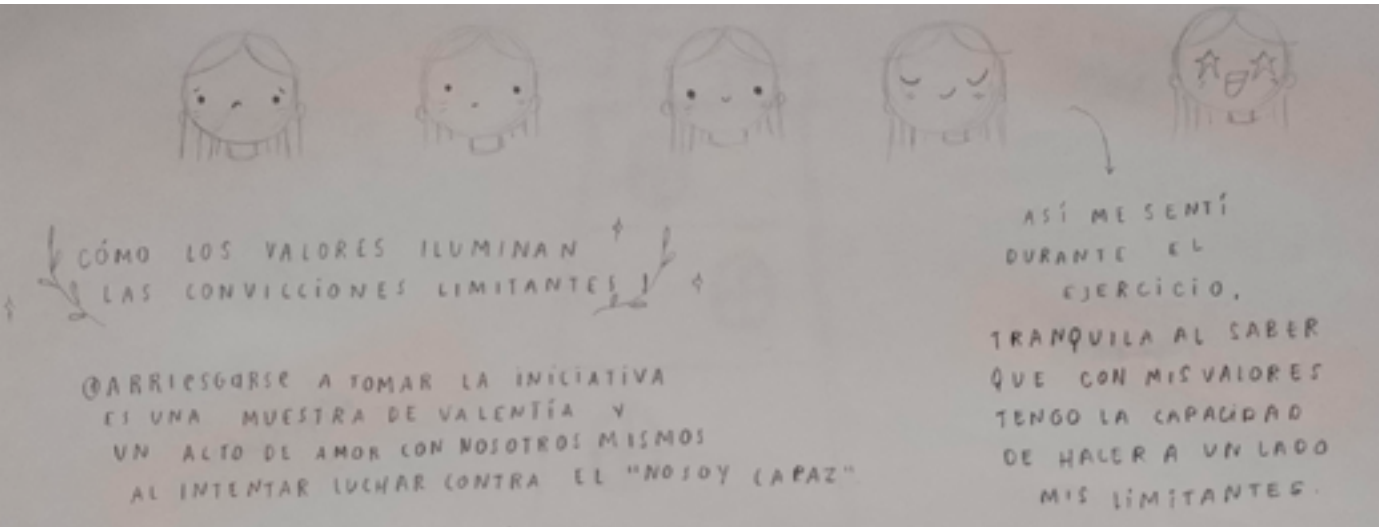
También podemos encontrar el caso del estudiante 8 que expresaba sentirse agobiado por no poder finalizar un proyecto creativo *“Jamás voy a lograr terminar mi comic”* (Figura 8. Estudiante 8). A través del ejercicio encuentra que valores como la determinación, la agudeza mental y la perseverancia le pueden ayudar a culminar con éxito su proyecto (Figura 13. Estudiante 8)

Esta misma evolución se puede evidenciar en otros dos casos. En el primero, una estudiante afirmó al comienzo del ejercicio que dudaba de sus capacidades (Figura 7. Estudiante 7) y posteriormente identifica que su capacidad de asombro le permite reconocer en el mundo una gran diversidad de elementos que le ayudan a generar ideas (Figura 15. Estudiante 7). En el segundo caso, otro estudiante expresó *“creer que mis ideas no son muy buenas”* (Figura 1. Estudiante 1). Pero a través del ejercicio identifica las herramientas para



Ejercicio el Faro de los valores y las creencias limitantes, Bellas Artes Cali (foto propia).

luchar contra esta inseguridad como su *“pensamiento crítico y racional”* su *“capacidad de adaptarse a otros entornos”* y su nivel de compromiso en todas sus entregas. *“la capacidad de adaptarme a otros entornos me permite sentirme de cierta forma confiada, ya que no me estanco en un punto fijo, sino que siempre busco avanzar y abrirme camino”* (Figura 16. Estudiante 1)



Ejercicio el Faro de los valores y las creencias limitantes, Bellas Artes Cali (foto propia).

Un hallazgo relevante es que, al medir su nivel de confianza a través de la escala de confianza creativa, los estudiantes manifiestan sentirse más tranquilos y seguros de sí mismos, lo expresan en comentarios como: *“Así me sentí durante el ejercicio. Tranquila al saber que con mis valores tengo la capacidad de hacer a un lado mis limitantes”* (Figura 12. Estudiante 9) y *“después del ejercicio me siento más tranquila, al reconocer mis habilidades y algunas debilidades, reconozco que he crecido como persona...”* (Figura 14. Estudiante 4)

En síntesis, los resultados muestran que a través del ejercicio los estudiantes encuentran habilidades y herramientas para enfrentar sus inseguridades y esto los lleva a sentirse más tranquilos, seguros y confiados en sí mismos como se evidencia en la escala de confianza creativa (Figuras 10,12,13,14,15 y 16), de aquí nace la intención de desarrollar una herramienta que los conduzca a estas mismas fases: autoconocimiento, enfrentamiento de miedos y experiencias creativas retadoras muy cercanas a la realidad que enfrentan los diseñadores diariamente para que como resultado final adquieran herramientas que les permitan tener un mayor nivel de confianza creativa.

Conclusiones



V. Hryshchenko. (2019). *Tres papeles amarillos arrugados sobre una superficie verde rodeados de papeles rayados amarillos* [Fotografía]. Unsplash. <https://unsplash.com/es/fotos/tres-papeles-amarillos-arrugados-sobre-una-superficie-verde-rodeados-de-papeles-rayados-amarillos-V5vqWC9gyEU>

05.

Esta investigación se realizó a partir del ejercicio “El Faro de los Valores”, en el cual se aplicó la lista de chequeo como estrategia de evaluación principal y teniendo como insumo las reflexiones de los estudiantes y los resultados de la escala de la confianza creativa se pudo identificar que los estudiantes de Diseño Gráfico vinculados a la Institución Universitaria Bellas Artes presentan un bajo nivel de autoconfianza que se refleja en inseguridades de diversos tipos y que tiene como consecuencia la procrastinación, la parálisis y diversos conflictos emocionales, al finalizar el ejercicio se observó una transformación significativa en la percepción de sí mismos y en su nivel de confianza creativa, los estudiantes expresaron sentirse más tranquilos y confiados. De este hallazgo surge la motivación que se plantea en el objetivo general de objetivo general de la investigación: Desarrollar una herramienta didáctica para potenciar el desarrollo de la confianza creativa, a partir de la exploración de las teorías fundamentales sobre esta habilidad. Para lograrlo se plantearon cuatro objetivos específicos.

En relación con el primer objetivo sobre reconocer el concepto de autoconfianza creativa y sus diversas definiciones, era necesario, porque este concepto es poco conocido y utilizado. De allí que se tuvo que remontar a su origen en la teoría Social Cognitiva de Bandura (1987), quién estudia acerca de la autoeficacia, entendiéndola como la creencia en la propia capacidad de alcanzar logros deseados y la eficacia como la capacidad para producir efectos deseados. El autor propone unas fuentes esenciales para fortalecer la Autoeficacia como el dominio personal, el aprendizaje vicario, la persuasión verbal y la regulación emocional. Esta teoría es la base para que posteriormente otros autores, como Deci y Ryan (2008) y Patton (2020), empiecen a referirse a la eficacia creativa y propongan herramientas para potencializarla. Sobre esta base teórica D. Kelley y T. Kelley (2013) ofrecen el concepto de confianza creativa que se tomó en la investigación: definiéndola como “la creencia en la propia capacidad para generar ideas originales y resolver problemas de manera innovadora”. También se consideró a autores como Karwowski y Beghetto (2018), quienes se refieren a la confianza creativa como a la creencia en la propia capacidad para realizar tareas creativas y enfrentar desafíos creativos con éxito. Estas definiciones fueron de ayuda para comprender este concepto nuevo y, aún poco estudiado, pero que es indispensable en ambientes en el que se requiere una habilidad para superar los desafíos de la creatividad. De manera que se entiende que la confianza creativa es esencial para que una persona pase de tener potencial creativo a llevar a cabo acciones creativas concretas, las cuales pueden y deben presentarse desde las aulas de diseño.

En cuanto al segundo objetivo, que fue explorar las teorías y herramientas fundamentales para el desarrollo de la confianza creativa, se encontraron diversas metodologías útiles para el diseño de la herramienta didáctica propuesta. En primer lugar, se detectó que la metodología Design Thinking, a través de sus fases: Empatizar, Definir, Idear, Prototipar y Probar, propicia que, a medida que avanzan, los estudiantes adquieran mentalidades creativas (MINDSETS); es decir, formas de pensar que los preparan para resolver problemas. Según autores como Rauth et al. (2010), Steinbeck (2011), Kelley y Kelley (2013) y Henriksen et al. (2017) con la práctica constante de este ejercicio y la experiencia acumulada de logros resueltos, los estudiantes están en capacidad de: resolver problemas con mayor eficacia, a la vez que ganan confianza creativa (CC); así como generar ideas nuevas y asumir riesgos al experimentar, lo que ayuda a desarrollar la confianza creativa. Además, hay que considerar que el Design thinking rompe con los enfoques tradicionales de enseñanza, priorizando la participación activa del estudiante y su capacidad para enfrentar desafíos de manera creativa.

Por lo anterior, para esta investigación se considera como una herramienta que desarrolla la confianza dentro del mismo proceso creativo. Por otro lado, dentro de las metodologías recogidas se pudo observar la importancia de complementarlo con el Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP) ya que esto permite, además que los estudiantes puedan aplicar los conocimientos adquiridos en contextos reales. Todo esto también implica propiciar el trabajo colaborativo, con el uso de herramientas visuales como mapas mentales, bocetos, diagramas que ayudan a estructurar las ideas y, al mismo tiempo responder a las necesidades de un usuario real.

En ese aspecto, se exploraron instrumentos lúdicos que puedan desarrollar la confianza creativa a partir de actividades que les permitan moverse para generar la participación activa y la construcción colectiva, considerando el aprendizaje entre pares y presentando temáticas que respondan a sus intereses. Los juegos, la presentación de retos o problemas pueden ser recursos útiles para desencadenar el proceso creativo en el que no haya miedo a la equivocación o al juicio.

Por último, se observó la necesidad de brindar a los estudiantes ambientes de aprendizaje flexibles que favorezcan la creatividad y animarlos a aceptar la incertidumbre y ver los errores como aprendizajes. Por lo anterior, esta investigación considera que la confianza creativa no solo se desarrolla al brindarle a los estudiantes herramientas para solucionar problemas reales sino también fomentando un entorno de confianza, colaboración, intercambio de ideas y retroalimentación continua.

Por su parte, el tercer objetivo que fue Identificar la forma en que se manifiesta la falta de confianza creativa en los estudiantes, a partir del análisis de instrumentos de exploración como la matriz DOFA y la Ventana de Johari, se pudo comprobar que los estudiantes tienen múltiples inseguridades que les impiden desarrollar su creatividad: como el miedo a equivocarse, a que los critiquen o los juzguen, a no cumplir con las expectativas del profesor. Esto reafirma que su confianza creativa requiere ser potenciada para que obtengan independencia y autonomía. Por ello, la estrategia que se propuso está centrada en contribuir a generar procesos creativos en ambientes seguros en los que estos temores sean expuestos y desechados por los estudiantes o utilizados para mejorar.

Finalmente, como último objetivo: Proponer la estructura de una herramienta didáctica que potencie la confianza creativa, se tomaron en cuenta los aspectos teóricos revisados, utilizando el Design Thinkin dentro de una serie de actividades que implican la reflexión, la articulación de saberes previos con miedos y conflictos, así como la expresión de la autoevaluación del proceso de diseño.

De manera que esta herramienta puede resultar valiosa para los estudiantes, no solo de diseño gráfico, sino de todos aquellos que realizan procesos creativos para solucionar todo tipo de problemas, desafíos o peticiones de usuarios y quienes pueden estar pasando, en silencio, alguna crisis de falta de confianza creativa. Precisamente, este trabajo ha buscado visibilizar los problemas que tienen estudiantes que estamos preparando para desarrollar la creatividad. Trata de echar abajo el prejuicio de que es un acto espontáneo y perfecto, puesto que la realidad nos está mostrando que hay momentos de duda, de incertidumbre, de miedo.

Es por ello que, como profesores innovadores, debemos detenernos a observar aquellos retos que nuestros estudiantes callan pero que pueden causarles estragos emocionales y hasta profesionales. Esta herramienta busca ser un apoyo para los docentes que reconocen estos retos y desean ayudarlos a superar la falta de confianza creativa a partir de actividades de reflexividad y autopercepción. En ese sentido, considero que esta investigación, que parte del eje de habilidades socioemocionales de la Maestría en Innovación Educativa, puede ser un instrumento que abra más oportunidades para explorar, también, las habilidades creativas y su desarrollo, en ese caso, la confianza creativa.

Referencias Bibliográficas

Bandura, A. (1971). *Psychological modeling: Conflicting theories*. Aldine-Atherton.

Bandura, A. (1971). *Social learning theory* [PDF]. General Learning Press. http://www.asecib.ase.ro/mps/Bandura_SocialLearningTheory.pdf

Bandura, A. (1987). *Pensamiento y acción: Fundamentos sociales*. Martínez Roca.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman.

Bandura, A. (2010). Self-efficacy. En I. B. Weiner & W. E. Craighead (Eds.), *The Corsini Encyclopedia of Psychology* (4ª ed.). John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9780470479216.corpsy0836>

Beghetto, R. A., & Karwowski, M. (2020). Creative confidence beliefs: A closer look. En V. Dörfler & M. Stierand (Eds.), *Handbook of research methods on creativity*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781786439659.00027>

Boud, D. (2013). *Enhancing learning through self-assessment*. Taylor and Francis.

Carmeli, A., & Schaubroeck, J. (2007). The influence of leaders' and other referents' normative expectations on individual involvement in creative work. *The Leadership Quarterly*, 18(1), 35–48. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2006.11.001>

Cassany, D. (1993). *La cocina de la escritura*. Anagrama.

Creative efficacy toolbox: Introducing a professional development model for

creatives. (2021). *College Music Symposium*, 61(1). <https://doi.org/10.18177/sym.2020.61.1.sr11518>

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian Psychology / Psychologie Canadienne*, 49(3), 182–185. <https://doi.org/10.1037/a0012801>

Henriksen, D., Richardson, C., & Mehta, R. (2017). Design thinking: A creative approach to educational problems of practice. *Thinking Skills and Creativity*, 26, 140–153. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2017.10.001>

Herrera, S. C., & León, J. P. (2017). *Ingenium: Una aventura hacia el conocimiento. Instrumento lúdico como estrategia didáctica para fomentar la confianza creativa orientado hacia la educación STEM*. <http://hdl.handle.net/10554/37932>

Jobst, B., Köppen, E., Lindberg, T., Moritz, J., Rhinow, H., & Meinel, C. (2012). The faith-factor in design thinking: Creative confidence through education at the design thinking schools Potsdam and Stanford. En H. Plattner, C. Meinel, & L. Leifer (Eds.), *Design Thinking Research* (pp. 35–46). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-31991-4_3

Kelley, D. (with Kelley, T.). (2013). *Creative confidence: Unleashing the creative potential within us all*. Crown/Archetype.

Mena-Camacho, E. (2010). Autoevaluación y creatividad. *VARONA*, 50, 37–44. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360635568007>



Referencias Bibliográficas

Molano Vega, M. A. (2011). Creatividad como autoconfianza y enfrentamiento. *La idea de la potencia creativa. Revista La Tadeo (Cesada a Partir de 2012)*, (75). <https://revistas.utadeo.edu.co/index.php/RLT/article/view/49>

Muñoz G., C., et al. (2019). *La influencia del ambiente en el proceso de la escritura creativa: Una observación participante*. <http://repositorio.unab.cl/xmlui/handle/ria/13655>

Pajares, F., & Schunk, D. H. (2001). Self-beliefs and school success: Self-efficacy, self-concept, and school achievement. En R. J. Riding & S. G. Rayner (Eds.), *Self perception* (pp. 239–265). Ablex Publishing.

Patiño Domínguez, L. M. (2018). Autorregulación, autonomía y aprendizaje: Una aproximación desde la psicología educativa. *Revista Iberoamericana de Educación*, 76(1), 85–102. <https://doi.org/10.35362/rie7613137>

Radice, G. M., et al. (2010). *Desarrollo del "campo de seguridad creativo" para la construcción de objetos artísticos*. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/39000>

Rauth, I., Köppen, E., Jobst, B., & Meinel, C. (2010). Design thinking: An educational model towards creative confidence. En D. R. Rebedea & A. Zarate (Eds.), *Proceedings of the 1st International Conference on Design Creativity (ICDC2010)* (pp. 1–10). The Design Society.

Reyes González Vida, M., & Maeso Rubio, F. (2005). El valor de la motivación en la Educación Artística con personas mayores. *Arte, Individuo y Sociedad*, 17, 45–62.

Río, A. Á. (1992). *La psicopedagogía sociocultural*.

Royalty, A., Oishi, L. N., & Roth, B. (2014). Acting with creative confidence: Developing a creative agency assessment tool. En L. Leifer, H. Plattner, & C. Meinel (Eds.), *Design Thinking Research* (pp. 79–96). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-01303-9_6

Serafini, M. T. (1994). *Cómo se escribe* (2ª ed., M. M. Ruiz, Trad.). Editorial Paidós. (Obra original publicada en 1992)

Steinbeck, R. (2011). Building creative competence in globally distributed courses through design thinking. *Comunicar*, 19(37), 27–35. <https://doi.org/10.3916/C37-2011-02-02>

Tierney, P., & Farmer, S. M. (2002). Creative self-efficacy: Its potential antecedents and relationship to creative performance. *Academy of Management Journal*, 45(6), 1137–1148. <https://doi.org/10.2307/3069429>

Vygotskij, L. S., & Cole, M. (1981). *Mind in society: The development of higher psychological processes* (Nachdr.). Harvard Univ. Press.

nexos

Anexo 1. Ejercicio el Faro de los valores y las creencias limitantes

Figura 1. Estudiante 1. Ejercicio el Faro de los Valores y las Creencias limitantes

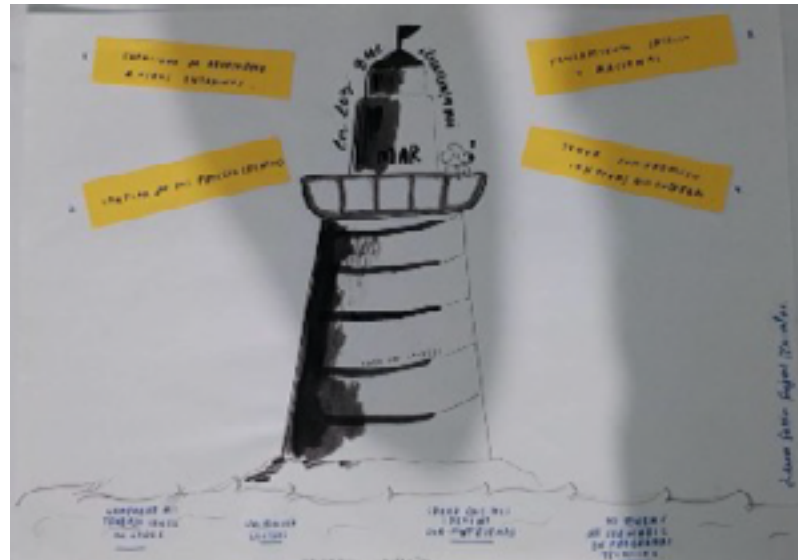


Figura 2. Estudiante 2. Ejercicio el Faro de los Valores y las Creencias limitantes

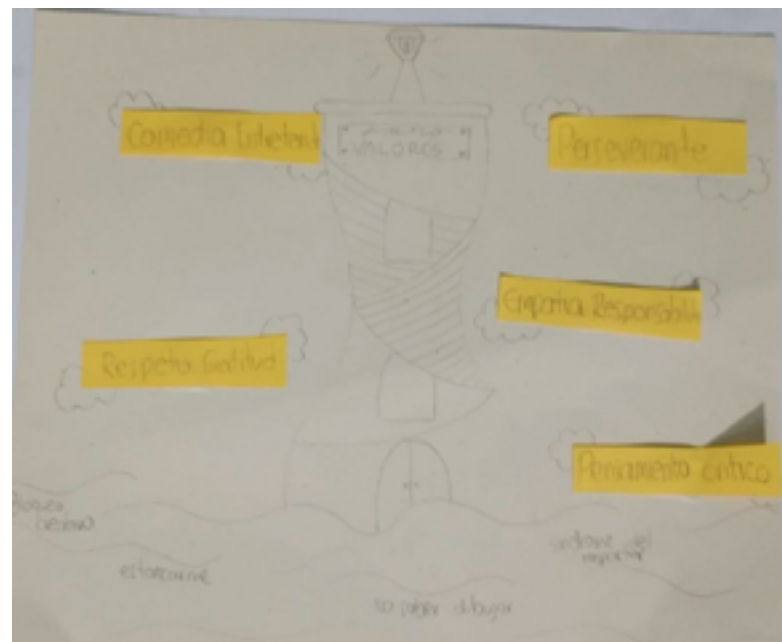


Figura 3. Estudiante 3. Ejercicio el Faro de los Valores y las Creencias limitantes

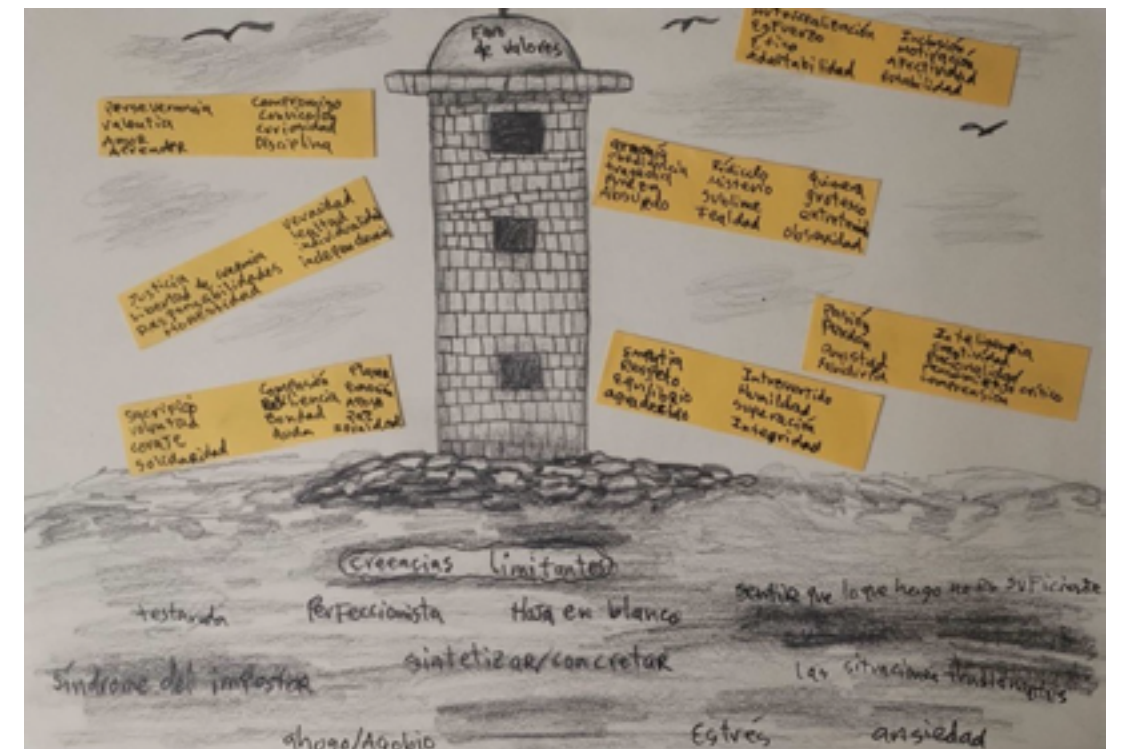


Figura 4. Estudiante 4. Ejercicio el Faro de los Valores y las Creencias limitantes

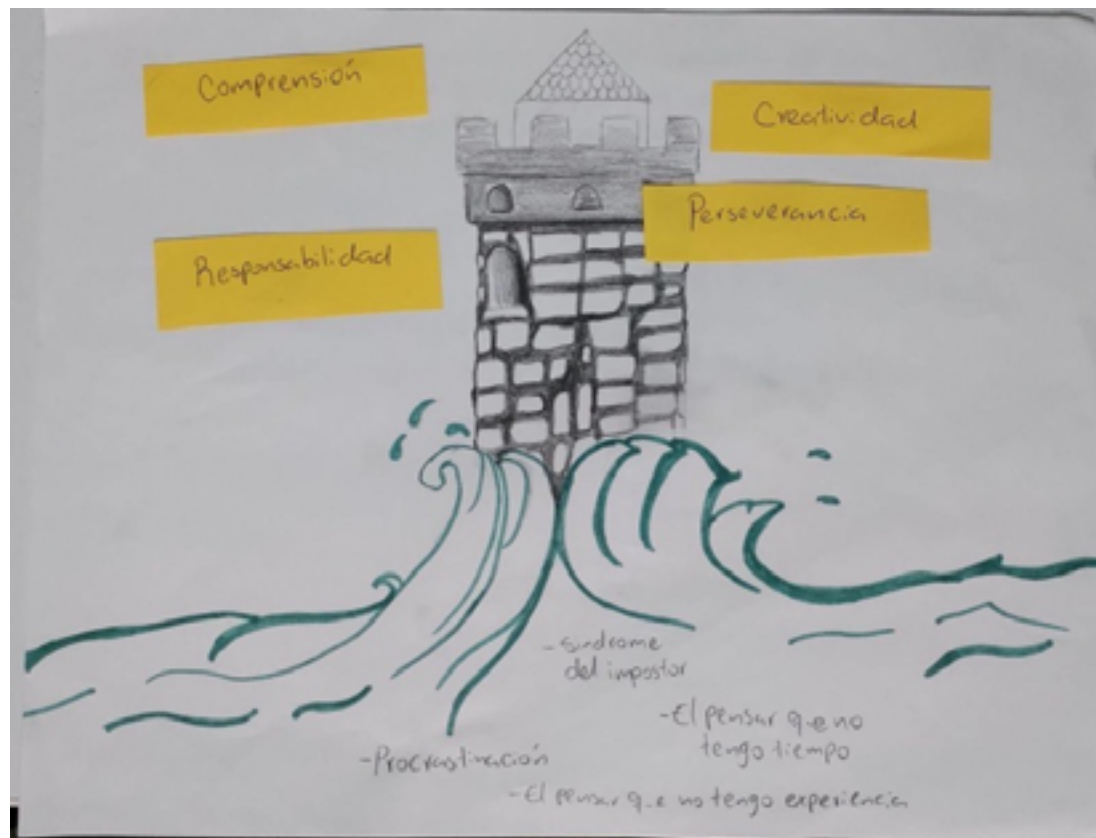


Figura 5. Estudiante 5. Ejercicio el Faro de los Valores y las Creencias limitantes

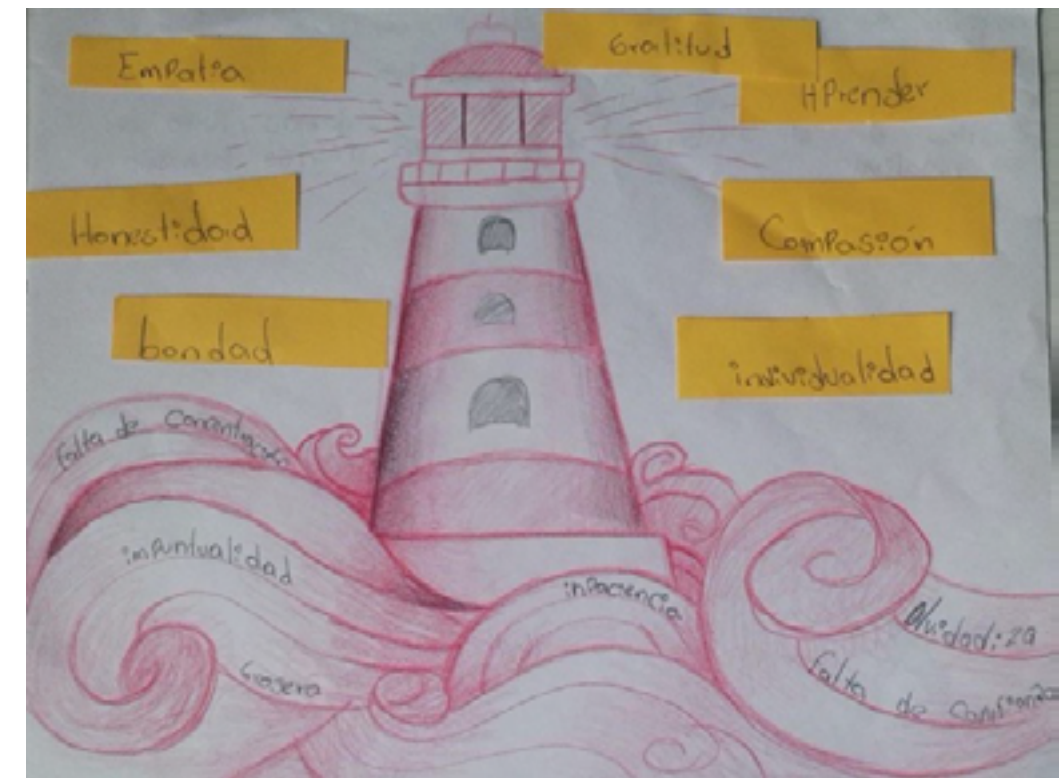


Figura 7. Estudiante 7. Ejercicio el Faro de los Valores y las Creencias limitantes

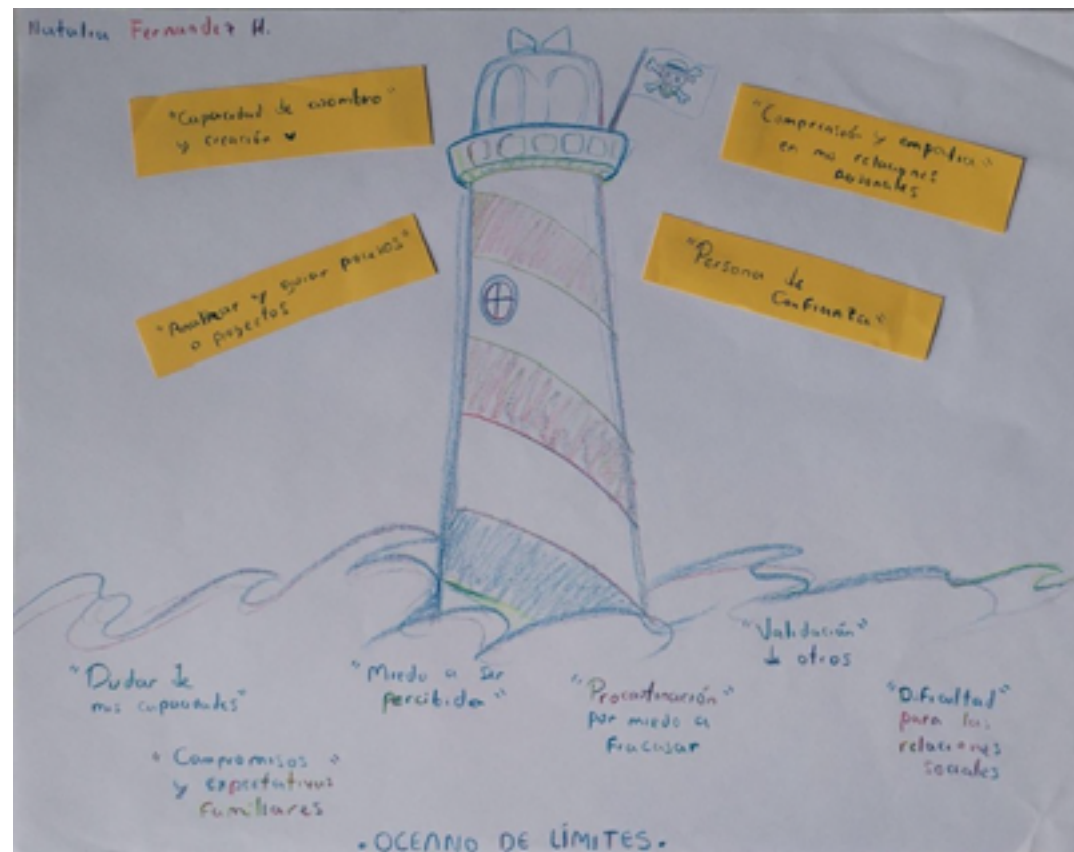


Figura 6. Estudiante 6. Ejercicio el Faro de los Valores y las Creencias limitantes

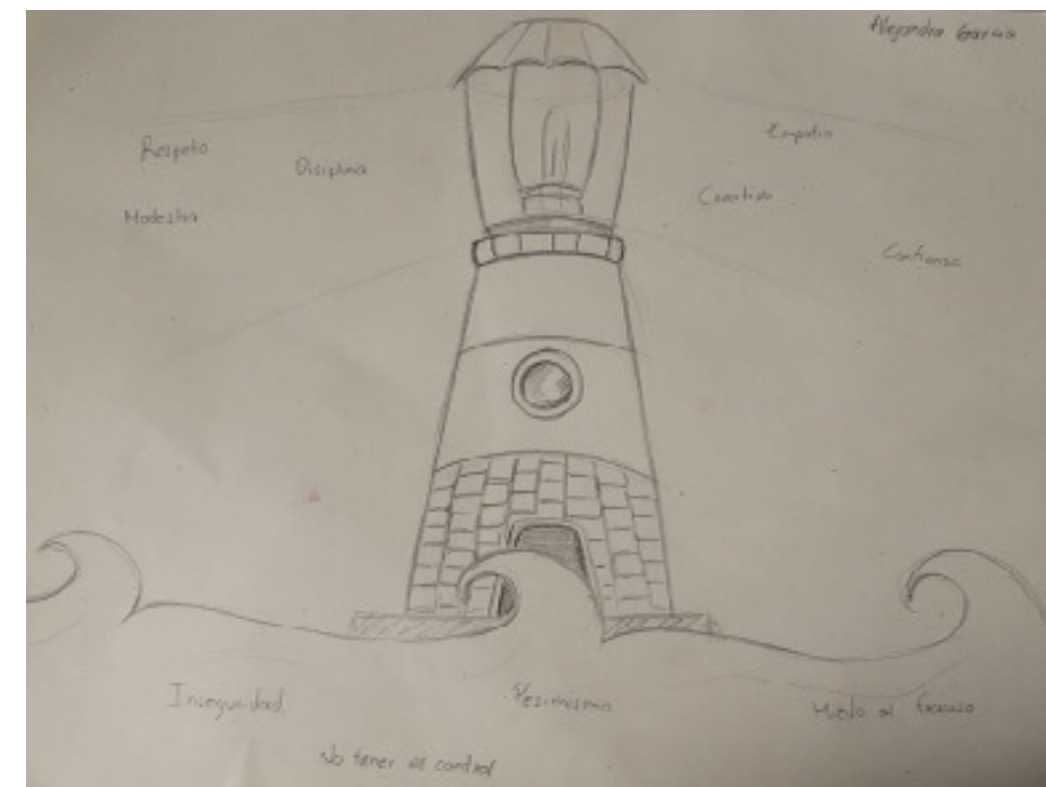


Figura 8. Estudiante 8. Ejercicio el Faro de los Valores y las Creencias limitantes



Figura 9. Estudiante 2. Ejercicio el Faro de los Valores y las Creencias limitantes

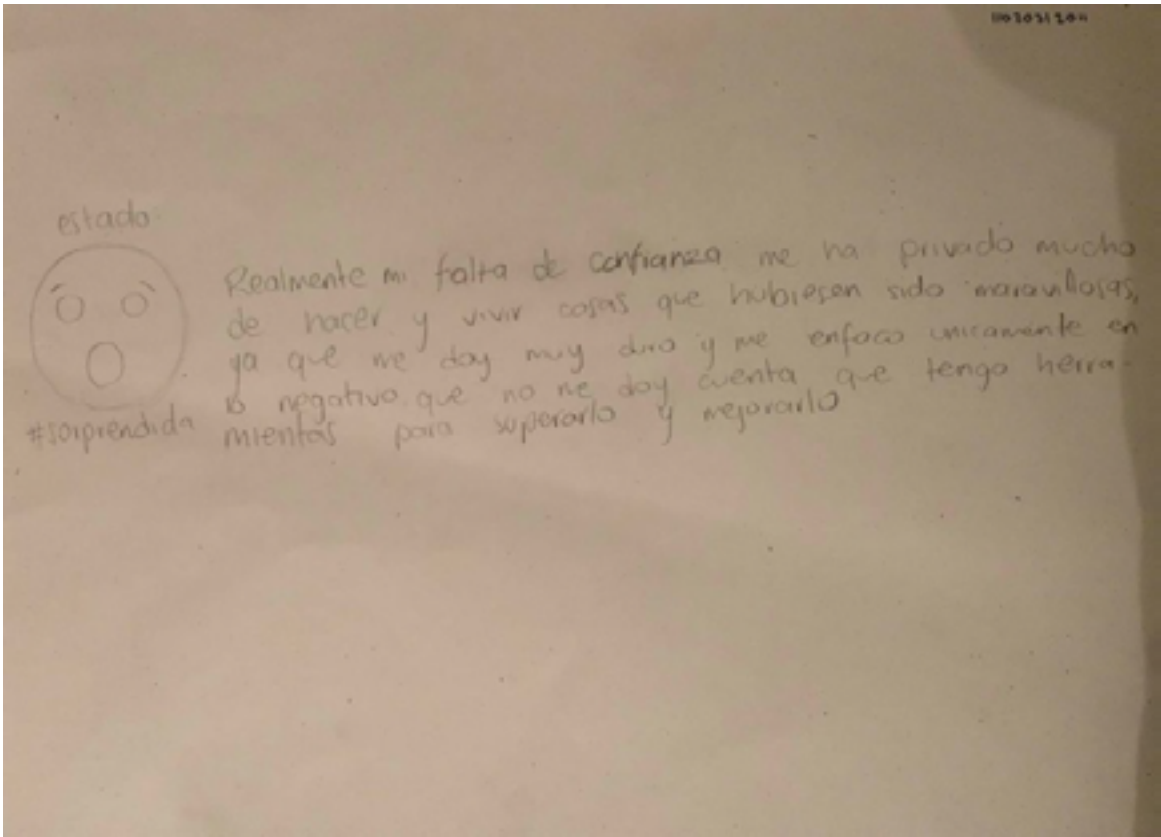


Figura 10. Estudiante 6. Ejercicio el Faro de los Valores y las Creencias limitantes

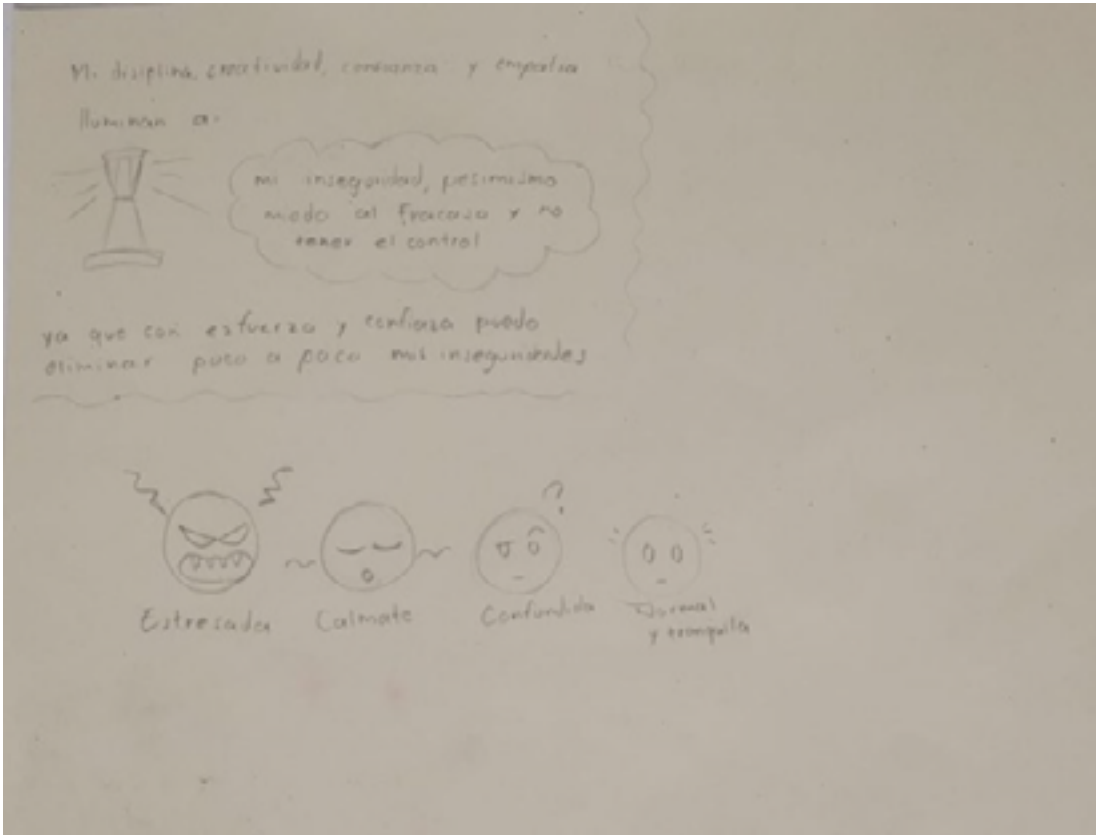


Figura 11. Estudiante 9. Ejercicio el Faro de los Valores y las Creencias limitantes

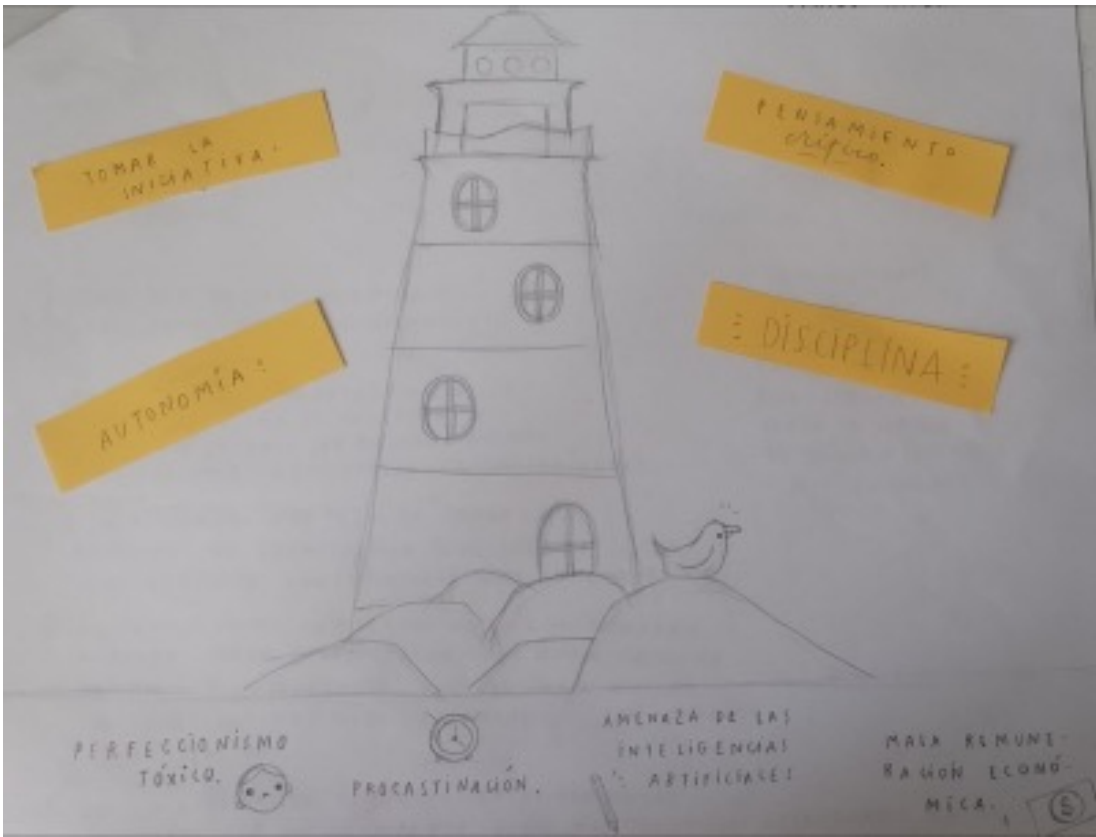


Figura 12. Estudiante 9. Ejercicio el Faro de los Valores y las Creencias limitantes

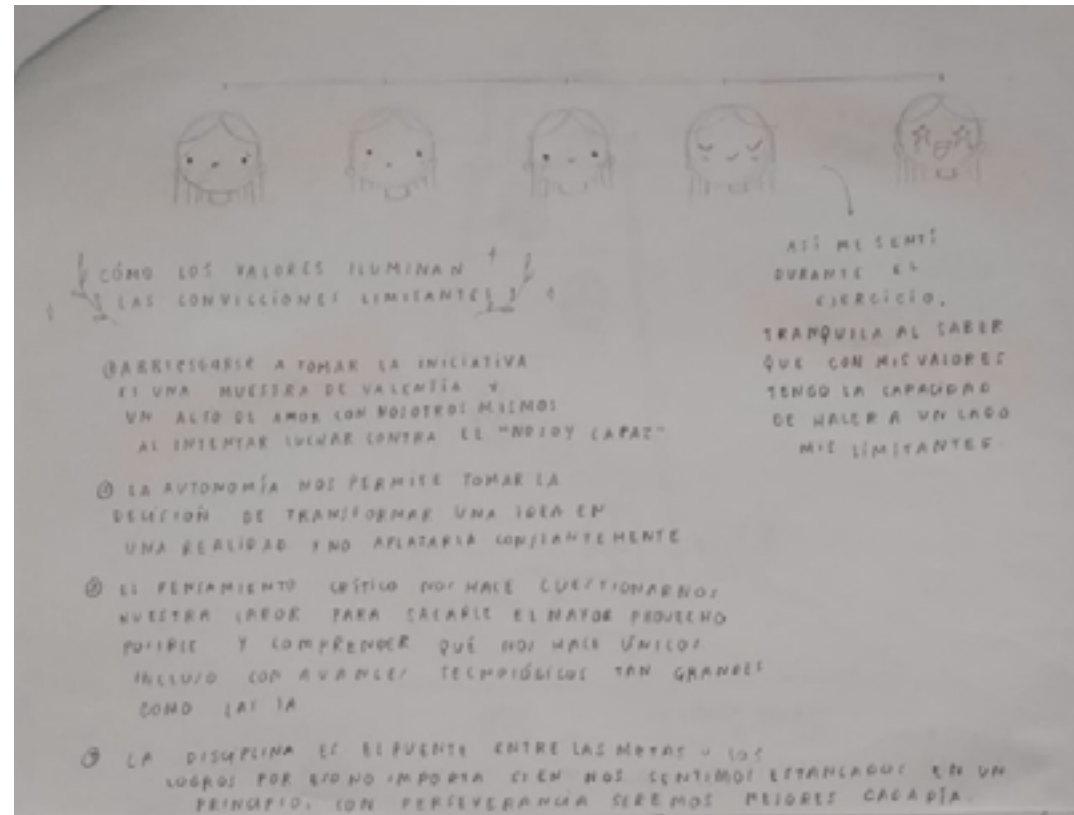


Figura 13. Estudiante 8. Ejercicio el Faro de los Valores y las Creencias limitantes

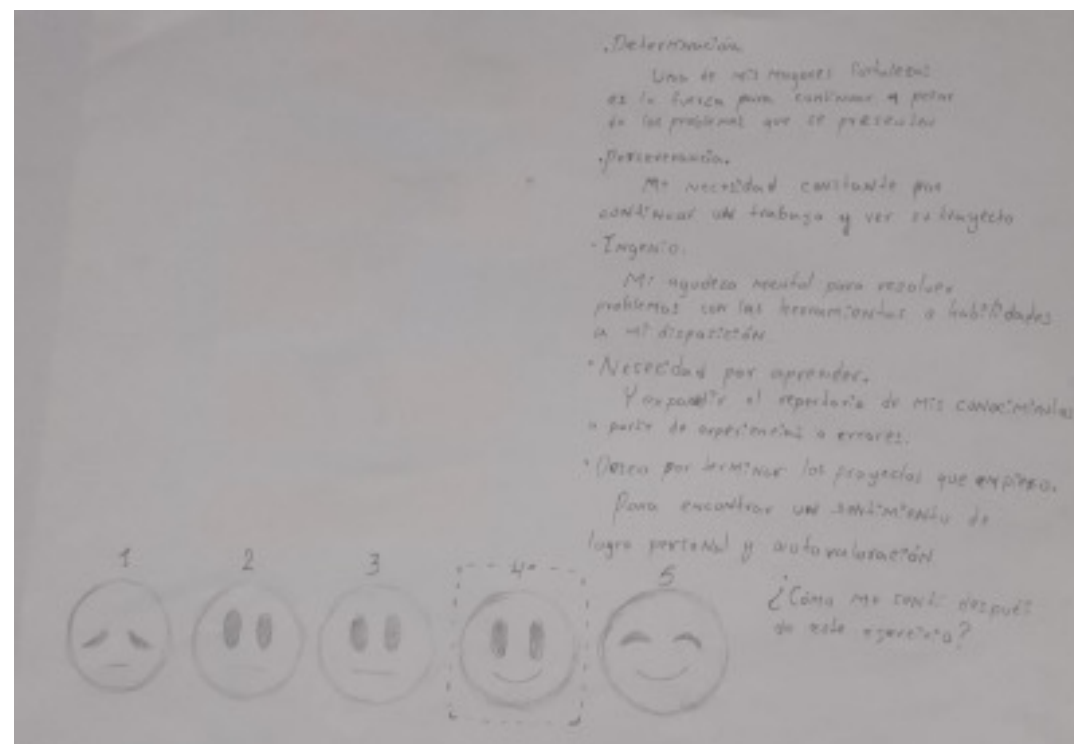


Figura 14. Estudiante 4. Ejercicio el Faro de los Valores y las Creencias limitantes

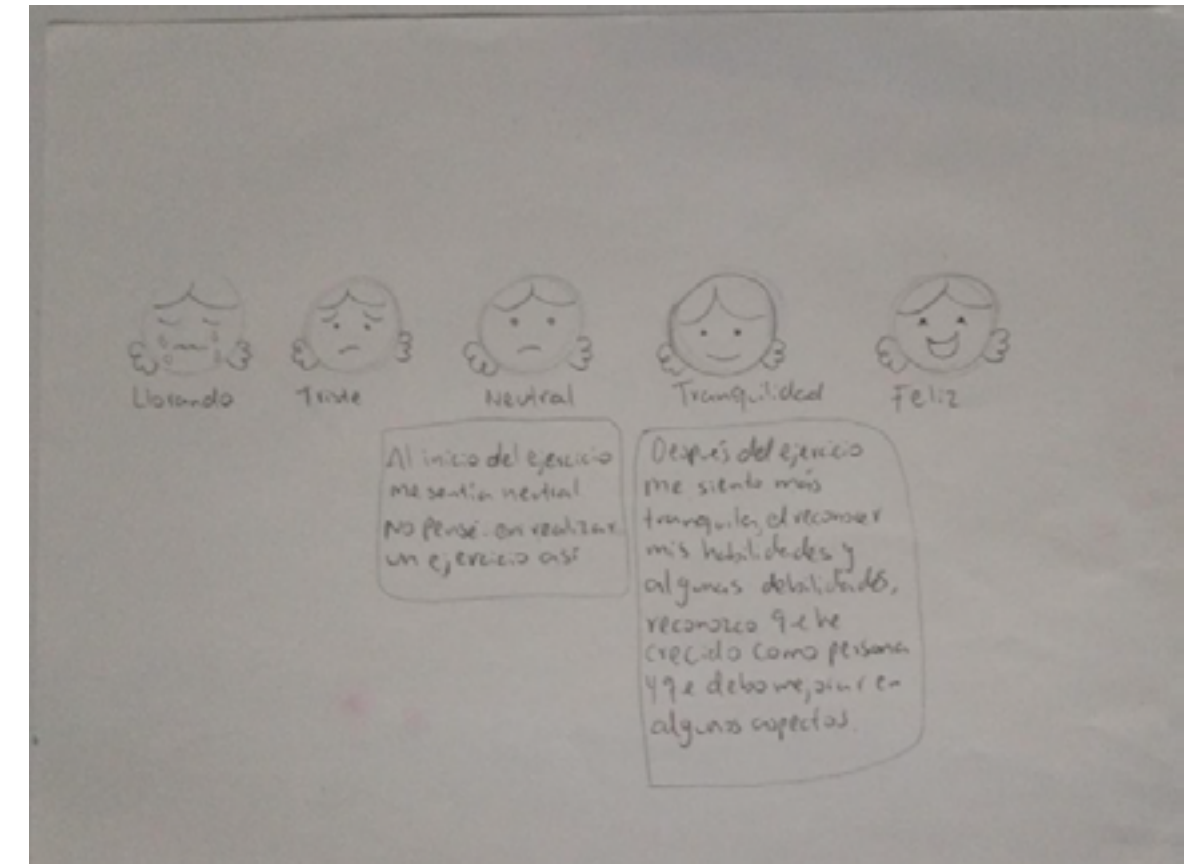


Figura 15. Estudiante 7. Ejercicio el Faro de los Valores y las Creencias limitantes

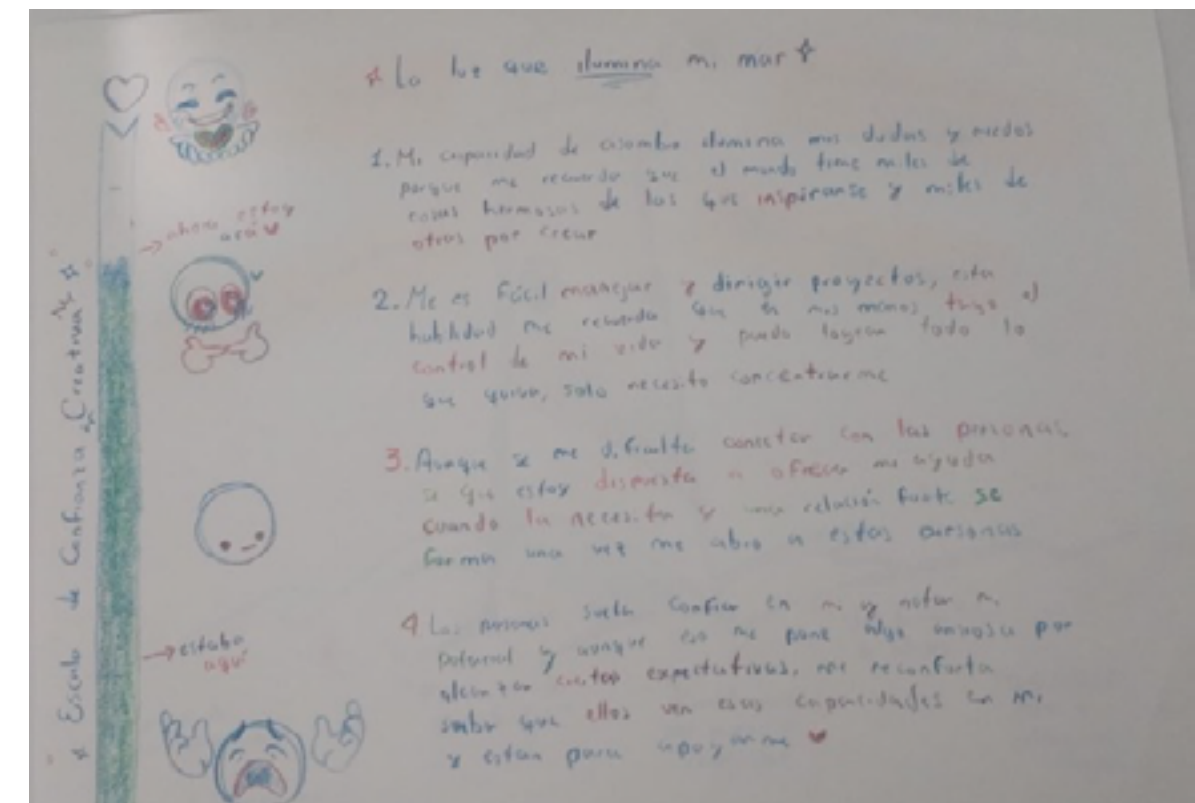
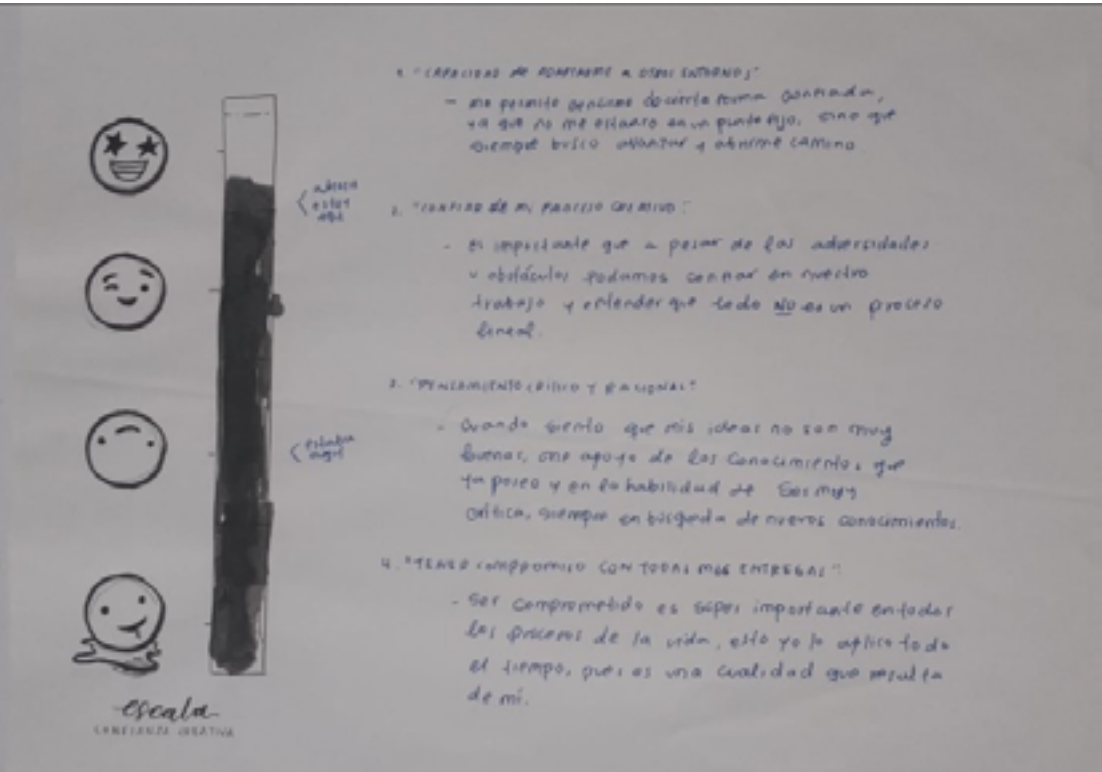
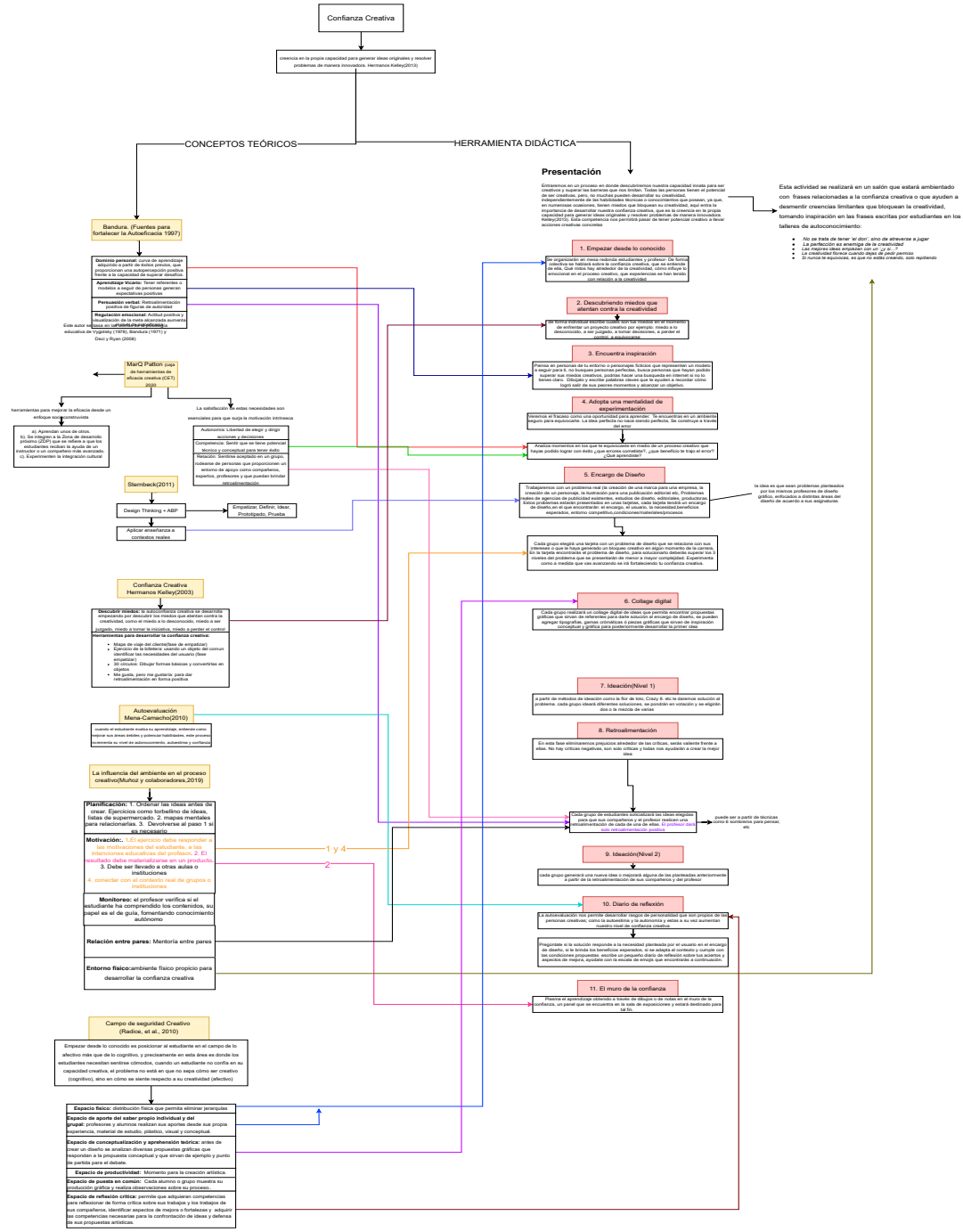


Figura 16. Estudiante 1. Ejercicio el Faro de los Valores y las Creencias limitantes



Anexo 2. Diagrama Teorías y Herramientas - Primera propuesta Herramienta Didáctica



Ver Diagrama

Tabla 1. Respuestas a talleres para la asignatura Taller de Portafolios. Semestre 2024-2

Estudiante	Método	Respuestas
Ana Sofía	Ventana de Johari	"Constantemente tengo miedo de decepcionar a otros, pues no me suelo sentir apta para conseguir las cosas que deseo lograr en la vida, además de tener miedo de arrastrar a otras personas conmigo"
		"Cómo y qué puedo hacer para poder sentirme mejor en mis malos momentos"
		"Por qué razón dudo tanto de mis capacidades"
	DOFA	"Puede afectar fácilmente a mi autoestima el recibir una mala crítica"
Daniela	Ventana de Johari	"Soy creativa y considero que tengo buen ojo dentro del diseño. Aunque la mayoría de veces dudo sobre mis trabajos"
		"Soy insegura con respecto a mis logros"
		"Me quejo de que algo me quedó mal y a la final me sale bien"
		"Justifico hasta lo injustificable sin darme cuenta"
		"Me comparo mucho con los demás. Aunque siempre soy negativa con respecto a lo que hago, en algunos momentos pienso en que lo que yo he hecho es mejor. Y no me gusta este aspecto. Busco mucho el reconocimiento constante exigiéndome demás en la realización de proyectos"
		"Soy tímida y me cuesta un poco expresar mis ideas y relacionarme con varias personas"
	DOFA	"Suelo ser muy pesimista y sufrir del síndrome del impostor. Por esa misma razón, a veces dejo algunos proyectos personales que pueden ser grandes y buenos, pero por mi miedo a fallar los paro"
		"En el mercado hay muchas personas más preparadas, con mayores conocimientos y mejores herramientas que las que poseo yo sobre la animación"
Dylan	Ventana de Johari	"Temo no cumplir expectativas"
	DOFA	"Me cuesta arriesgarme"
Georgi	DOFA	"Inseguridades al presentar trabajos o defender ideas frente a clientes y cobrar"

Isabella	DOFA	"Tener bloqueos creativos en los momentos donde tengo que planear una pieza gráfica"
	DOFA	"Falta de confianza"
		"Mi falta de confianza se manifiesta en una tendencia a buscar la aprobación de los demás antes de tomar decisiones, incluso cuando en el fondo sé que debería confiar en mi propio juicio. Esta inseguridad me lleva a dudar de mis propias capacidades y a depender de las opiniones ajenas para sentirme seguro en mis elecciones. Aunque reconozco que tengo la capacidad de tomar decisiones por mí mismo, a menudo me resulta difícil avanzar sin la validación externa, lo que puede limitar mi crecimiento personal y profesional. Estoy trabajando en fortalecer mi confianza para ser más independiente y seguro en mis decisiones, confiando en que mi intuición y experiencia son suficientes para guiarme en la dirección correcta"
Juan David	Ventana de Johari	"Muchas veces no veo el potencial en varios aspectos de mi vida lo cual me lleva a desanimarme por qué pienso que lo estoy haciendo mal, como tipo síndrome del impostor"
Juana	DAFO	"Me cuestiono demasiado si mi trabajo está bien o mal"
María	DAFO	"Falta de confianza en lo que soy y hago"
Natalia	Ventana de Johari	"Soy susceptible a los comentarios negativos"
		"Me mantengo dentro de mi zona de confort"
		"Tengo poca confianza en mí"
		"No tolero la incertidumbre"
		"Me frustro con facilidad"
Sara	DOFA	"Puedo llegar a ser perfeccionista y aunque no me demore mucho realizando o entregando los trabajos, le invierto tiempo que se vuelve excesivo, lo que me hace caer en el burnout"
Valentina	DOFA	"Soy insegura y a veces eso hace que pueda desanimarme"