

ESTUDIO DE LA CREATIVIDAD DESDE EL ENFOQUE DE LA PERSONA Y EL PRODUCTO EN EL ÁMBITO EDUCATIVO

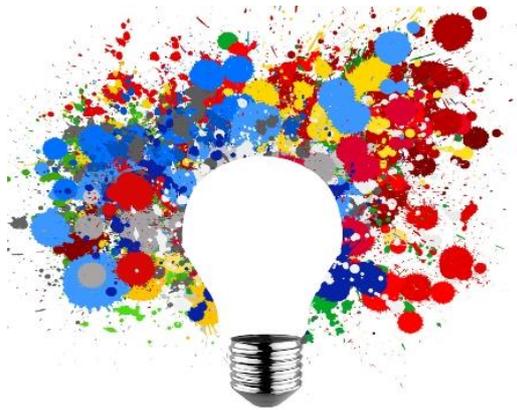
Sara Sánchez Martín, Armando Ezquerro Cordón, César Merino Soto y Verónica López Fernández

El objetivo de la presente investigación consiste en analizar la relación existente entre la creatividad desde dos de sus principales enfoques de estudio: la persona y el producto. Para ello, se empleó un diseño con un enfoque no experimental, descriptivo y correlacional, en el cual se estudió una muestra de 30 sujetos de entre 9 y 12 años de edad. Para analizar la creatividad desde el enfoque personal se utilizó el cuestionario Turtle (1980) y para analizar la creatividad como producto, a través del dibujo infantil, se llevó a cabo el Método CAT (Consensual Assessment Technique) de Amabile (1983). Posteriormente se realizó un análisis estadístico descriptivo y correlacional (índice de correlación de Pearson) mediante el complemento EZAnalyze version 3.0. Los resultados obtenidos corroboran la hipótesis planteada, encontrándose relación estadísticamente significativa de carácter positivo entre las variables estudiadas.

Palabras clave: creatividad, aula, producto y proceso

Introducción

Amabile (1983) se refiere a la creatividad como la unión entre motivación personal (por la que aboga por esforzarse al máximo para que no se vea influida por el ambiente), conocimientos referentes al dominio (que denomina “expertise” y que compone el rango de posibles respuestas a las que puede concurrir el sujeto), y las técnicas relativas a la creatividad (que denomina habilidades de pensamiento).



Así mismo, dentro del ámbito infantil al dibujo se le califica como una forma de expresión gráfica que favorece el desarrollo evolutivo

del pensamiento infantil mediante garabatos y figuras poco definidas, es decir, al etiquetar o renombrar dichos trazos, ésto permite el inicio de la representación mental en el niño (Escobar y Romero, 2003). Además, se considera como el campo más importante del desarrollo humano, provocando con ello que la actividad creadora sea consecuencia de una gran cantidad de símbolos que forman parte de la misma.

Es interesante destacar que el dibujo está relacionado directamente con el proceso creativo, donde el niño tiene la libertad de expresarse espontáneamente al plasmar una figura o gráfico.

Puede entenderse como dibujo creativo aquel que surge, valga la redundancia, de la creatividad de quien lo realiza, donde no se siguen pautas estructuradas ni guías prefijadas.

En el dibujo creativo pueden usarse métodos tanto de dibujo artístico como del dibujo técnico, aunque no se rija por ellos para realizarlo, ya que mientras haya una intención creativa, toda realidad puede modificarse.

En base a lo comentado se pretende conocer si existe relación entre la creatividad evaluada a través de la perspectiva de la persona y del producto, considerando la hipótesis de que existe relación estadísticamente positiva y directa entre la creatividad desde el enfoque de la persona y la creatividad desde el enfoque de producto creativo, a través del dibujo infantil.

Diseño

El diseño que va a llevarse a cabo sigue un proceso de investigación empírico-analítica, siguiendo por lo tanto un enfoque cuantitativo que se presenta resultados numéricos, y cuyo razonamiento es hipotético-deductivo. El método cuantitativo hace referencia al cálculo objetivo de variables y al análisis cuantitativo de la información. El diseño es no experimental, descriptivo de tipo correlacional.

Población y muestra

Para llevar a cabo el estudio se cuenta con una muestra de 30 sujetos, concretamente 22 niñas y 18 niños que abarcan desde los 9 a los 12 años de edad. La media de edad es 10,566 y la desviación típica 1,194. Todos ellos pertenecen a una localidad de Asturias y son compañeros del mismo Centro Educativo de Primaria.

Variables medidas e instrumentos aplicados

Las variables que se medirán a lo largo del estudio son, por una parte, la creatividad desde el enfoque de la persona creativa y el dibujo infantil como producto creativo. Para medir la creatividad desde el primero de los enfoques, se usará el cuestionario de creatividad de Turtle (1980) que contiene 31 preguntas, y a las que debe responderse “sí” o “no”. Según el autor, la asignación de 12 o más de entre las características presentadas podría ser un indicativo de un alto nivel de creatividad. Este test se ha utilizado en diferentes estudios como en el de Rico-Polo, López Fernández, Ezquerro Cordón y Llamas Salguero (2016).- Para analizar la creatividad como producto, a través del dibujo infantil se lleva a cabo el método CAT (Consensual Assessment Technique) de Amabile (1983). Esta técnica se puede considerar como un método de evaluación que se centra en la evaluación del producto; en esta ocasión el producto será la realización de un dibujo. Es muy empleada tanto en estudios de investigación sobre creatividad como en la práctica educativa, como es el caso de las investigaciones llevadas a cabo por Baer, Kaufman y Gentile (2004).

La evaluación de las pruebas de dibujo bajo la metodología CAT será llevada a cabo por un grupo de tres expertos en Bellas Artes y dibujo creativo que actuarán como jueces de los dibujos de la muestra, y se analizará la concordancia de sus criterios. En este estudio se ha seguido el criterio empleado en otros estudios como el de Artola, Barraca, Sánchez, Poveda y Mosteiro (2015).

Resultados

En la Tabla 1 se muestran los resultados descriptivos de las variables.

Tabla 1. Estadísticos descriptivos de las variables

VARIABLE	MEDIA	MEDIANA	DESVIACIÓN TÍPICA	VALOR MÍNIMO	VALOR MÁXIMO
CREATIVIDAD persona	17,400	16,000	5,367	11,000	26,000
DIBUJO/CREATIVIDAD producto Media de los jueces	2,989	3,000	0,860	1,000	4,000

En la Tabla 2 se aprecian los análisis correlacionales

Tabla 2. Correlación entre creatividad desde el enfoque de persona y producto (dibujo)

COEFICIENTE DE PEARSON	PROBABILIDAD p
,895	,000

Discusión y conclusiones

Respecto a la relación entre las puntuaciones en la variable de creatividad desde el enfoque de la persona y del producto creativo (en este caso el dibujo como producto creativo), se ha encontrado una relación estadísticamente significativa y positiva entre ambas variables. Estos resultados se hallan en consonancia con los estudios de Kaufman, Plucker y Russell (2012), al afirmar que es importante que para conocer la creatividad de una persona, se tengan en cuenta diferentes medidas (desde diferentes enfoques) ya que pueden ayudar a crear el cuadro más completo posible de un individuo. La existencia de esta correlación, muestra el carácter integrador de la creatividad y que es coherente con sus

diferentes componentes. En cuanto a la concordancia de jueces respecto a la calificación de un dibujo como producto creativo usando la metodología CAT, con 3 jueces expertos, ha mostrado la relación entre sus puntuaciones, que ha sido directa y significativa. Por lo tanto, se ha evidenciado concordancia entre los jueces en este estudio. López, Corbalán y Martínez (2006) afirman que la metodología más empleada cuando se trata de valorar un producto es la puntuación de jueces expertos, que deben puntuar características específicas de los mismos desde su experiencia y conocimientos en la temática, es la metodología CAT, ya que posibilita un análisis realizado por expertos y en base a un dominio específico de la creatividad.

Finalmente, se concluye el cumplimiento de la hipótesis del estudio.

Referencias

- Amabile, T.M. (1983). *The social psychology of creativity*. New York: Springer-Verlag
- Artola, T.; Barraca, J., Sánchez, N.; Poveda, B.; Mosteiro, P. La evaluación de la creatividad a través de pruebas de pensamiento divergente, escalas de observación de profesores y de la estimación de jueces expertos. Researchgate. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/275208963>
- Baer, J., Kaufman, J. C., & Gentile, C. A. (2004). Extension of the consensual assessment technique to nonparallel creative products. *Creativity research journal*, 16(1), 113-117
- Escobar, M. G., & Romero, K. (2003). Desarrollo de la representación del cuerpo humano y la familia en el niño preescolar a través de las artes: reflexiones teóricas. *Educere*, 6(21).
- Kaufman, J.C.; Plucker, J.A. y Russell, C.M. (2012). Identifying and assessing creativity as a component of giftedness. *Journal of Psychoeducational Assessment*, 30, 60–73. doi:10. 1177/0734282911428196
- López, O.; Corbalán, F. J. y Martínez, F. (2006). Instrumentos y medidas clásicas de la creatividad. En *Comprender y evaluar la creatividad* (pp. 213-236). Ediciones Aljibe.
- Rico-Polo, D.J.; López Fernández, V.; Ezquerro Cordón, A.; Llamas Salguero, F. (2016). La creatividad y la inteligencia emocional en adolescentes. Propuesta de enseñanza de la materia ética. *Revista científica sobre la imaginación ULU*, 1. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10481/39856>