



Olivia López Martínez (ed.)

Creatividad verbal como dominio

Investigación en las aulas



Creatividad verbal como dominio

Investigación en las aulas

Olivia López Martínez (ed.)

Creatividad verbal como dominio

Investigación en las aulas

Octaedro 

Colección Horizontes Universidad

Título: *Creatividad verbal como dominio. Investigación en las aulas*

La investigación se enmarca en el seno del proyecto de I+D+i «Creatividad verbal como dominio: diseño, validación y aplicación de una prueba fundamentada en la comprensión de textos» (PID2020-113731GB-I00), financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033. Modalidades «Retos Investigación» y Generación de Conocimiento» (sin financiación FEDER).

Primera edición: abril de 2023

© Olivia López Martínez (ed.)

© De esta edición:
Ediciones OCTAEDRO, S.L.
C/ Bailén, 5 – 08010 Barcelona
Tel.: 93 246 40 02
octaedro@octaedro.com
www.octaedro.com

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

ISBN (papel): 978-84-19690-63-0

ISBN (PDF): 978-84-19690-64-7

Diseño de la cubierta: Tomàs Capdevila

Realización y producción: Ediciones Octaedro

Sumario

Introducción	9
OLIVIA LÓPEZ MARTÍNEZ	
1. El papel de la creatividad en el ámbito curricular	17
ANTONIO JOSÉ LORCA GARRIDO	
2. Importancia del pensamiento creativo en la enseñanza de la lengua y la literatura.	31
OLIVIA LÓPEZ MARTÍNEZ; LAURA ABELLÁN DELGADO	
3. El museo del cuento: espacio creativo entre el arte y la literatura.	43
TERESA NAVARRO ROMERA; MARÍA ISABEL DE VICENTE-YAGÜE JARA	
4. El laboratorio artístico-matemático a través de la literatura	57
VERÓNICA NAVARRO NAVARRO; MARÍA ISABEL DE VICENTE-YAGÜE JARA	
5. Proceso creativo artístico y audiovisual a través de los cuentos fantásticos de Philip K. Dick con alumnado de altas capacidades	71
FRANCISCO CUÉLLAR SANTIAGO	
6. Creatividad de un modelo poético-musical con proyección didáctica hipertextual.	85
MARÍA MARCO MARTÍNEZ; MARÍA ISABEL DE VICENTE-YAGÜE JARA	

7. Laboratorio de Creación Teatral: creatividad y dramatización en español como lengua extranjera	103
EVA M. ^a ALARTE GARVÍ; MARÍA ISABEL DE VICENTE-YAGÜE JARA	
8. Desarrollo del autoconcepto a través de técnicas creativas de dramatización.	115
BEATRIZ LÓPEZ HERNÁNDEZ, MARÍA ISABEL DE VICENTE-YAGÜE JARA	
9. Creatividad y comunicación publicitaria en la infancia	131
ÁNGELA MARTÍN BRAGADO; OLIVIA LÓPEZ MARTÍNEZ	
10. Secuencias de composición escrita argumentativa en español como lengua extranjera	145
SAIDA BAAZIZ; MARÍA ISABEL DE VICENTE-YAGÜE JARA	

Introducción

OLIVIA LÓPEZ MARTÍNEZ
Universidad de Murcia

Los resultados recogidos en la presente obra son el fruto de diferentes trabajos que han servido de base teórico-práctica para el desarrollo de una investigación sobre creatividad verbal. Dicha investigación se enmarca en el seno del proyecto de I+D+i *Creatividad verbal como dominio: diseño, validación y aplicación de una prueba fundamentada en la comprensión de textos* (PID2020-113731GB-I00), financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033. Modalidades «Retos Investigación» y Generación de Conocimiento» (sin financiación FEDER). El proyecto se adscribe a uno de los clusters de los Desafíos Mundiales del Programa Horizonte Europa, denominado Cultura, Creatividad y Sociedad Inclusiva (obj. 2), concretamente a la línea estratégica nacional (obj. 3) sobre Cognición, Lingüística y Psicología recogidos en la EECTI de 2021-2027. Su meta es fomentar la generación y el avance del conocimiento científico, así como la investigación de calidad en materia de psicología educativa y comunicación lingüística.

El proyecto aludido pretende contribuir a la excelencia en I+D+i, puesto que la creatividad es una de las exigencias sociales del siglo XXI, siendo el perfeccionamiento del pensamiento creativo una meta que se encuentra al nivel de la competencia comunicativa o de la digitalización. La creatividad verbal es uno de los dominios específicos de la creatividad, dado que no existen correlaciones entre este dominio y el resto de los dominios específicos (Sternberg y Kaufman, 2018). Igual que no existe una sola manera de ser inteligente, no existe una sola manera de ser creativo (Gardner, 2005); prueba de ello es que no se relacionan del mismo modo las distintas inteligencias con los diferentes domi-

nios de la creatividad (Bedoya, 2019). Existe en la investigación una tendencia a entender la creatividad como una habilidad de dominio específico, frente a una habilidad de dominio general (Baer, 2012; Julmi y Scherm, 2016), donde sería posible considerar una creatividad verbal.

Este dominio de la creatividad verbal posee el valor del pensamiento divergente en la resolución de problemas, la producción y la creación de ideas de contenido verbal. Por otra parte, la creatividad verbal tiene que producirse en el ámbito de la comunicación lingüística del conocimiento, al emplearse en tareas verbales (Artola *et al.*, 2010). La creatividad verbal favorece anticipar y entender los matices de un texto, aplicar el conocimiento adquirido a la realidad e, incluso, crear significado de manera conjunta con el texto ya escrito por un autor. En el proceso de comprensión lectora, el lector no solo comprende, sino que elabora un significado a partir de su interacción personal con el texto (Anderson y Pearson, 1984).

Con el paso del tiempo, la creatividad ha ido ganándose un puesto en el seno de las sociedades actuales. En este sentido, el Parlamento Europeo y el Consejo de la Unión Europea (2008) ya declararon que el año 2009 sería el Año Europeo de la Creatividad y la Innovación en la Decisión n.º 1350/2008/CE, al sostener que Europa debía reforzar sus capacidades de creatividad e innovación por razones sociales y económicas, con el fin de hacer frente al desarrollo de la sociedad. Se entiende la creatividad como motor de la innovación y como factor clave del desarrollo de las competencias personales, laborales, empresariales y sociales de todos los individuos en la sociedad, así como de su bienestar social. Con esta iniciativa se buscó que las sociedades europeas apostasen por la creatividad y la innovación, a través de medidas como estimular la sensibilidad estética, el desarrollo emocional, el pensamiento creativo y la intuición desde las etapas más tempranas de desarrollo, incluida la atención preescolar. Además, se argumentó que el pensamiento creativo beneficiaba a todos los contextos y ámbitos, desde las disciplinas artísticas hasta los descubrimientos científicos y tecnológicos, pasando por el ámbito social y económico, de ahí su importancia en el mundo laboral, escolar y social.

Por otra parte, debe destacar que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2019), responsable

del informe PISA (*Programme for International Student Assessment*), incluye el pensamiento creativo como nueva competencia evaluable. En esta evaluación del pensamiento creativo se incluyen dos áreas temáticas de contenido, cada una de las cuales, a su vez, se divide en dos dominios: *a*) Expresión creativa (dominios: expresión escrita y expresión visual; *b*) Creación de conocimiento y solución creativa de problemas (dominios: solución de problemas sociales y solución de problemas científicos).

Asimismo, entre las finalidades de la educación, tal como se recoge en el mismo preámbulo de la Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo (LOMLOE), se encuentra potenciar el desarrollo de la creatividad.

En un sentido general, la creatividad se concibe como una facultad que permite al individuo sobrevivir y progresar en la sociedad cambiante y acelerada (Marina y Marina, 2013), debido a su interés por explorar, inventar, conocer, cambiar e innovar. Cualquier persona es creativa, aunque no todas lo son en la misma medida, ya que la creatividad puede ser desarrollada en distintos grados (López y Martín, 2010). Así, la creatividad es una de las principales capacidades que todo individuo posee y un pilar básico de su desarrollo, por lo que tiene que ser estimulada en diferentes ámbitos (Vicente-Yagüe *et al.*, 2022). La creatividad no se caracteriza por producir simplemente ideas novedosas, sino también logros que funcionen para su propósito.

La creatividad es el motor de cambio, la esencia de la innovación, el procedimiento de avance, la línea en la que esos dos mundos, lo hecho y lo que queda por hacer, se tocan. (Corbalán, 2022, p. 18)

A lo largo de los diez capítulos que siguen, se realiza un recorrido por el proceso de investigación de la creatividad verbal. Tomando como punto de partida los fundamentos teóricos y metodológicos que sustentan el estudio de la creatividad en el campo de la psicología, se ofrece una panorámica completa y detallada de las distintas investigaciones teórico-prácticas realizadas.

Así, en el primer capítulo, titulado «El papel de la creatividad en el ámbito curricular», de Antonio José Lorca Garrido, se desarrolla el papel de la creatividad en las distintas áreas del currículum. Se realiza un acercamiento a metodologías, técnicas y

actividades para poder desarrollar el pensamiento creativo. Asimismo, se abordan los distintos dominios de la creatividad que son propios de cada área de conocimiento, pues poseen un papel fundamental en ellas.

En el segundo capítulo, «El pensamiento creativo en la enseñanza de la lengua y la literatura», elaborado por Olivia López Martínez y Laura Abellán Delgado, se expone la importancia de la creatividad no solo como dominio general, sino, especialmente, en el área de la Lengua y la Literatura como dominio específico, en el contexto educativo. Desde esta área se especifica la necesidad de fomentar el gusto lector y enriquecer las experiencias literarias del alumnado, a la vez que se explica cómo el desarrollo del pensamiento creativo puede ser la clave para involucrar al alumnado en la lectura de textos literarios.

El tercer capítulo, «El museo del cuento: espacio creativo entre el arte y la literatura», que tiene por autoras a Teresa Navarro Romera y María Isabel de Vicente-Yagüe Jara, presenta una investigación llevada a cabo con alumnado de educación primaria a partir del álbum ilustrado *Concertina y el dragón*. Una vez planteada a los lectores la tarea de dar forma al dragón que el álbum oculta, se analizan las ilustraciones realizadas por estos. La interacción de texto e ilustración, mensajes y silencios ofrece al lector la oportunidad de desarrollar su imaginación a través de la creación de imágenes en su mente.

El objetivo del cuarto capítulo, «Laboratorio artístico-matemático a través de la literatura», escrito por Verónica Navarro Navarro y María Isabel de Vicente-Yagüe Jara, pretende diseñar, implementar y evaluar una propuesta de intervención interdisciplinar dirigida al alumnado de educación primaria, partiendo de la literatura, a través de un laboratorio artístico-matemático. Dicha intervención se sustenta en el álbum ilustrado *menudo punto*, en la propuesta expositiva interactiva de la instalación «menudo punto» y en su laboratorio interdisciplinar dirigido a la comprensión de tres elementos geométricos (punto, línea y fractales).

El quinto capítulo, «Proceso creativo artístico y audiovisual a través de los cuentos fantásticos de Philip K. Dick con alumnado de altas capacidades», elaborado por Francisco Cuéllar Santiago, expone los resultados de la investigación sobre la creatividad y su vinculación en la creación audiovisual a través de la experimentación en videoarte. Su objetivo se dirige a examinar la relación

de la literatura fantástica con el aprendizaje creativo mediante el uso de la videoocreación en la etapa de educación secundaria. El estudio refuerza la necesidad de una alfabetización mediática y su importancia en el crecimiento personal del alumnado, fomentando el gusto por la lectura, al involucrar la literatura fantástica como obra de aproximación.

El objetivo del sexto capítulo, «Creatividad de un modelo poético-musical con proyección didáctica hipertextual», de María Marco Martínez y María Isabel de Vicente-Yagüe Jara, se centra en elaborar, aplicar y analizar un modelo poético-musical con proyección didáctica hipertextual en educación primaria. La intervención didáctica con el alumnado se basó en la realización de tareas literario-musicales (lecturas, audiciones, composiciones, escritura creativa, dramatización), donde se aprovechó el potencial didáctico intertextual del diálogo semiótico entre los lenguajes literario y musical.

El séptimo capítulo, «Laboratorio de Creación Teatral: creatividad y dramatización en Español como Lengua Extranjera», realizado por Eva M.^a Alarte Garví y María Isabel de Vicente-Yagüe Jara, destaca el valor de la dramatización en la enseñanza de las lenguas. Se propone un Laboratorio de Creación Teatral que recoge, como enclaves básicos, el desarrollo de la creatividad y la improvisación para la realización de los talleres didácticos de dramatización, en el contexto de la enseñanza del español como lengua extranjera. Se persigue traspasar la frontera del aula y de la materia de estudio, otorgando al alumnado herramientas para afrontar con mayor seguridad los procesos comunicativos.

En el octavo capítulo, «Desarrollo del autoconcepto a través de técnicas creativas de dramatización», elaborado por Beatriz López Hernández y María Isabel de Vicente-Yagüe Jara, se presentan una serie de actividades centradas en el desarrollo de la dimensión psicológica del autoconcepto, a través de técnicas creativas de dramatización, dirigidas al alumnado de Educación Secundaria Obligatoria. Las actividades diseñadas se dividen en tres tipos: actividades de acercamiento progresivo a meta o cumplimiento de expectativas, actividades de expresión asertiva y control de pensamiento negativos, y actividades para el desarrollo del estilo atribucional.

En el capítulo noveno, que lleva por título «Creatividad y comunicación publicitaria en la infancia», desarrollado por Ángela

Marín Bragado y Olivia López Martínez, se aborda cómo la comunicación publicitaria, con sus estilos creativos, muestra unos factores de influencia en el individuo que lo conducen a una mejora en sus aprendizajes. En el ámbito publicitario, la creatividad debe ayudar a resolver el problema de comunicación entre el anunciante y el consumidor. La publicidad es considerada como uno de los mejores campos actuales para desarrollar la capacidad creativa, así como para el uso de técnicas creativas.

Por último, el décimo capítulo, «Secuencias de composición escrita argumentativa en Español como Lengua Extranjera», de Saida Baaziz y María Isabel de Vicente-Yagüe Jara, persigue diseñar una secuencia didáctica centrada en el desarrollo de estrategias de argumentación para la enseñanza del español como lengua extranjera. Dicho estudio se enmarca en el contexto de la Universidad de Argel 2, con el fin de fortalecer las capacidades argumentativas del alumnado, dado el lugar fundamental que ocupa la tipología textual de la argumentación escrita en los currículos universitarios.

En definitiva, son necesarios los esfuerzos dedicados a la investigación en la especificidad de dominio en creatividad verbal. Con este libro hemos querido recopilar diferentes experiencias que apoyan, desde el ámbito teórico-práctico, la necesidad de dar un paso más en la investigación sobre la creatividad verbal.

Referencias

- Anderson, R. C. y Pearson, P. D. (1984). A schema-theoric view of basic processes in reading comprehension. En: P. D. Pearson (eds.). *Handbook of reading research* (pp. 255-291). Longman.
- Artola, T., Ancillo, I., Mosteiro, P. y Barraca, J. (2010). *PIC-N. Prueba de Imaginación Creativa para niños*. TEA.
- Baer, J. (2012). Domain Specificity and the Limits of Creative Theory. *Journal of Creative Behavior*, 4(1), 16-29.
- Bedoya, L. C. (2019). Inteligencias múltiples, creatividad y funciones ejecutivas en aprendizaje por proyectos en la formación para el trabajo. *Rutas de formación: Prácticas y Experiencias*, 8, 106-111. <https://doi.org/10.24236/24631388.n.2019.2294>
- Corbalán, J. (2022). *Creatividad. Desafiando la incertidumbre*. Biblioteca de Psicología.

- Gardner, H. (2005). Inteligencias múltiples. *Revista de Psicología y Educación*, 1(1), 17-26.
- Julmi, C. y Scherm, E. (2016, diciembre). Measuring the domain-specificity of creativity [Discussion Paper]. Fakultät für Wirtschaftswissenschaft der FernUniversität in Hagen. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.29262.25927>
- Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. *Boletín Oficial del Estado*, núm. 340, de 30 de diciembre de 2020, pp. 122868-122953. <https://www.boe.es/boe/dias/2020/12/30/pdfs/BOE-A-2020-17264.pdf>
- López, O. y Martín, R. (2010). Estilos de pensamiento y creatividad. *Anales de Psicología*, 26(2), 254-258.
- OCDE (2019). *PISA 2021 Creative thinking framework (third draft)*. <https://www.OECD.org/pisa/publications/PISA-2021-Creative-Thinking-Framework.pdf>
- Sternberg, R. y Kaufman, J. C. (2018). *The nature of human creativity*. Cambridge University Press.
- Unión Europea (2008). Decisión n.º 1350/2008/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 16 de diciembre de 2008 relativa al Año Europeo de la Creatividad y la Innovación 2009. *Diario Oficial de Unión Europea*, número 334, 25 de diciembre de 2008, L 348/115-L 348/117. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32008D1350&from=ES>
- Vicente-Yagüe, M. I., López, O., Lorca, A. J. y Gutiérrez-Fresneda, R. (2022). Relación entre creatividad y comprensión: hacia un nuevo modelo de educación lectora para la formación del profesorado. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 97(36.3), 91-11. <https://doi.org/10.47553/rifop.v97i36.3.96520>

El papel de la creatividad en el ámbito curricular

ANTONIO JOSÉ LORCA GARRIDO
Universidad de Murcia

1. Introducción

El currículum es la propuesta teórico-práctica de experiencias de aprendizaje, que los centros educativos, teniendo en cuenta el contexto y circunstancias en las que se encuentran, proporcionan a todo su alumnado con la finalidad de que alcancen su máximo desarrollo integral, así como el dominio de las competencias, permitiendo su integración en la sociedad y contribuyendo a lograr que la sociedad sea democrática y equitativa (Casanova, 2006).

A lo largo de la aplicación de esta propuesta educativa en las aulas, se necesita acometer el tratamiento de la creatividad. No obstante, la especialización de las áreas del currículum desemboca en que el conocimiento quede en compartimentos estancos y no se relacionen entre sí, ocasionando una excesiva rigidez. Por ello, es preciso contar con un currículum creativo que programe el conjunto de actividades y competencias que todo individuo debe adquirir a medida que participa en el entorno escolar a lo largo de la educación obligatoria, y que este entorno escolar se caracterice por la igualdad, libertad para crear, expresar y poner en práctica sus ideas (Gómez Gallardo y Macedo Buleje, 2008).

En este capítulo se va a abordar el tratamiento de la creatividad a lo largo de las distintas áreas del currículum. Es preciso destacar que las distintas áreas del currículum se encuentran asociadas a los dominios de la creatividad, puesto que estos se refieren al ámbito del conocimiento en el que se enmarca una cierta tarea creativa.