

CREA

La prueba desarrollada por Corbalán (2003) de reciente aparición en el mercado español y ganadora de un premio editorial (TEA ediciones, 2003), ha sido elaborada y validada tanto en el contexto español como en el latinoamericano (especialmente en Argentina), con lo cual, se acerca mucho más a la realidad de los requerimientos de investigaciones realizadas en estos ámbitos geográficos. El instrumento de medición denominado CREA, utiliza la capacidad del individuo para elaborar preguntas para valorar su potencial creativo. Tal como lo señala su propio autor <<la manera en que el hacer preguntas ha sido vinculado con la creatividad cuenta, en general, con una perspectiva que podemos denominar 'de producto'>> (Corbalán, 2003, p.23).

Existen, por lo tanto, dos razones para seleccionar el instrumento CREA para medir un índice de creatividad de los individuos que participen en la fase experimental de esta investigación. Por un lado, el hecho de haber sido concebido y validado en un contexto iberoamericano, ya que justamente los participantes corresponden a este contexto y, por otro lado, el enfoque señalado de *producto*, que se acerca a las particularidades de esta investigación, más que los enfoques de tipo psicológico (personalidad, preferencias, inteligencia, etc.) que muestran otros tipos de tests.

EL CREA tiene como eje fundamental la capacidad de cuestionamiento del individuo, para valorar su creatividad. Tal como lo menciona Corbalán (2003), citando entre otros investigadores a Torrance, Getzel, Runco y Csikzenmtmihalyi, han enfatizado en la pregunta como elemento determinante para generar acción creativa. Bajo esta visión la pregunta es considerada como un producto del sistema cognitivo del individuo, que lo impulsa a generar respuestas y descubrimientos. La propia investigación científica se sustenta en preguntas sobre las que se formulan las hipótesis de trabajo. Señala Corbalán (2003, p.45):

<<... Preguntar es la formula que acelera y dispara el crecimiento exponencial de los niños permitiendo una vertiginosa recopilación comprensiva de información tal que en unos pocos años consigue un sistema de representación del conocimiento compacto y sólido, capaz de desenvolverse con soltura en una sofisticadísima red de información como la que suponen las culturas hiper-desarrolladas>>.

Su aplicación es muy sencilla, requiriendo unos cuantos minutos de atención de parte del individuo para formular preguntas relacionadas con un elemento de estímulo visual. La determinación del índice de creatividad (único) se realiza mediante el conteo de las preguntas y su análisis con respecto a dos criterios de validez y la verificación en la tabla baremo correspondiente (hay una para el caso español y otra para el argentino). La interpretación del índice se realiza utilizando una serie de criterios generales y específicos (práctica clínica, educativa, organizacional y de artes, diseño y publicidad). Hay que señalar que el autor advierte que el CREA tiene como limitación un efecto *suelo*, refiriéndose al hecho

de que la significación del resultado para individuos con puntuación baja no es igual a la del extremo superior. Esto debido a que resultados bajos en aquellas personas pueden obedecer a muchas causas diferentes.

Tomado de

Diseño conceptual de productos asistido por ordenador: Un estudio analítico sobre aplicaciones y definición de la estructura básica de un nuevo programa

Autor Chaur Bernal, Jairo