

## La creatividad y sus componentes

Guillermo Campos Cancino

Doctorando

Universidad de Valladolid

guillermocamposcancino@gmail.com

Andrés Palacios Picos

Catedrático

Departamento de psicología

Universidad de Valladolid

palacios@psi.uva.es

*Recibido:* 15 de diciembre de 2017

*Aceptado:* 29 de enero de 2018

*Para citar este artículo:* Campos Cancino, G. y Palacios Picos A. (2018). La creatividad y sus componentes. *Creatividad y Sociedad* (27) 167-183

*Recuperado de:* [http://creatividadysociedad.com/articulos/27/7.La creatividad y sus componentes.pdf](http://creatividadysociedad.com/articulos/27/7.La%20creatividad%20y%20sus%20componentes.pdf)

## *Resumen*

El mundo actual se caracteriza por estar experimentando continuos cambios. En tales circunstancias, la creatividad surge como un requerimiento de la sociedad y como la solución para que los sujetos logren superar las dificultades y se puedan adaptar a los tiempos que corren.

El siglo XXI es considerado el tiempo de la creatividad y es un concepto que cada vez se escucha con más frecuencia y del cual también prosperan cada vez más investigaciones.

En este documento se recogen una serie de concepciones sobre la creatividad, se proponen dos perspectivas en oposición (una clásica y otra actual), y finalmente, se desarrollan desde una visión integral los cuatro pilares que componen la creatividad.

## *Palabras clave*

Definiciones · teorías y ejes de la creatividad

## *Abstract*

Today's world is characterized by continuous changes. In such circumstances, creativity emerges as a requirement of the society and as the solution for subjects to overcome difficulties and adapt to the times they are running.

The 21st century is considered the time of creativity and it's a concept that is increasingly heard more and more and around which many investigations are carried out.

This document contains a series of conceptions about creativity, proposing two perspectives in opposition (one classical and one actual), and finally, the four pillars that make up creativity are developed from an integral perspective.

## *Key words*

Definitions · Theories and axes of creativity

# 1. Introducción

El ser humano ha recurrido a la creatividad desde siempre y a través de ella transformó su entorno, se adaptó y avanzó socialmente. Las acciones creativas han dejado huellas en la historia de la humanidad y han sido aportaciones (que desde las más cotidianas hasta las más complejas) nos han permitido superar nuestras limitaciones naturales, mejorar la calidad de vida y hacer realidad lo que nuestros antepasados soñaron o ni siquiera imaginaron.

En el panorama mundial actual se observan tensiones entre países, problemáticas sociales, crisis en la economía, un mundo condicionado por la información y una sociedad que exige cambios. De este modo, los ciudadanos del futuro se enfrentarán a un mundo más incierto y con nuevos desafíos. En estos entornos, la creatividad se presenta como una herramienta para que los sujetos sean capaces de resolver esta serie de fenómenos complejos que forman parte de su contexto social y del día a día.

Se está viviendo el tiempo de la creatividad y es un concepto que se debe asumir desde una posición actual, libre de mitos y donde principalmente se apunte a ella como un valor social. La creatividad debe entenderse como una competencia de todo ser humano y su desarrollo está subordinado a su importancia en el ambiente que envuelve al sujeto.

En esta propuesta se desarrollarán de forma novedosa dos perspectivas que puedan despejar la dificultad conceptual presente en la creatividad. Una de las principales problemáticas para los neófitos que se inician en el terreno de la creatividad es la abundante literatura en torno a ella. No hay un consenso en la delimitación conceptual del término creatividad, por este motivo resultan importantes las posiciones (presentadas en este artículo) que permitirán organizar la pluralidad de definiciones.

Por último y en una segunda fase, se profundizará en los elementos desde los cuales se puede abordar la creatividad: el sujeto, el proceso, los productos y los en-

tornos. Esto favorecerá una panorámica global de los cuatro pilares fundamentales que componen la creatividad. Esta visión integradora de los ejes de la creatividad es original, ya que generalmente las publicaciones sobre creatividad dan cuenta de una visión fragmentaria e individual de estos elementos.

## 2. Concepciones sobre la creatividad y dos posiciones para entenderla

Para Kirton (1994), la creatividad estaba asociada al sujeto individual y a los procesos cognitivos para procesar y organizar la información. Al pasar el tiempo, esta definición cayó en desuso y tomaron más fuerza otras concepciones. Otro aspecto que durante bastante tiempo fue un punto de debate entre los psicólogos fue la investigación de la relación entre creatividad e inteligencia. Se esperaba corroborar la premisa que a mayor inteligencia habría mayor creatividad. No obstante, los estudios concluyeron que a pesar de que en las personas creativas el núcleo de la inteligencia tiende a ser alto; el aumento del coeficiente intelectual no implica ser más creativo. Se señala que el desarrollo de alguna actividad creativa requiere una base (un mínimo de C.I.) que a menudo es muy bajo. Ahora bien, más allá de ese mínimo; la creatividad tiene muy poca correlación con la inteligencia (Barron, 1976; Csikszentmihalyi, 1998).

Por su parte, Elisondo y Donolo (2013) se refieren a la creatividad como la habilidad que tienen los sujetos para formular y solucionar problemas. Desde este ángulo se destacan los aspectos inesperados (objetos, ambientes, personas, etc.) como agentes que potencian los procesos creativos y la solución creativa a problemas es la técnica por excelencia vinculada a la creatividad. Esta tiene su origen en el pensamiento lateral (De Bono, 1991), el cual consiste en buscar una solución no convencional a un problema, ampliando el abanico de posibilidades a respuestas que la lógica generalmente ignoraría.

En la actualidad, la creatividad se entiende como un fenómeno influenciado por las interacciones y la socialización, lo cual condicionará el desarrollo creativo de los sujetos, sus actuaciones y sus producciones (Cuadros, Valencia y Valencia, 2008). El concepto creatividad como hemos revisado es un constructo amplio y complejo de abordar. Los investigadores que se inician en el campo de la creatividad se ven enfrentados a serias dificultades al momento de delimitar el término creatividad. Existen tantas definiciones como autores y cada uno la asume de una manera diferente; algunos coinciden, pero no es extraño hallar versiones discordantes. Según García (2005); y Cuevas (2013) no hay consenso a la hora de definir qué es la creatividad, por el contrario, es un concepto polisémico y multifacético (figura 1).

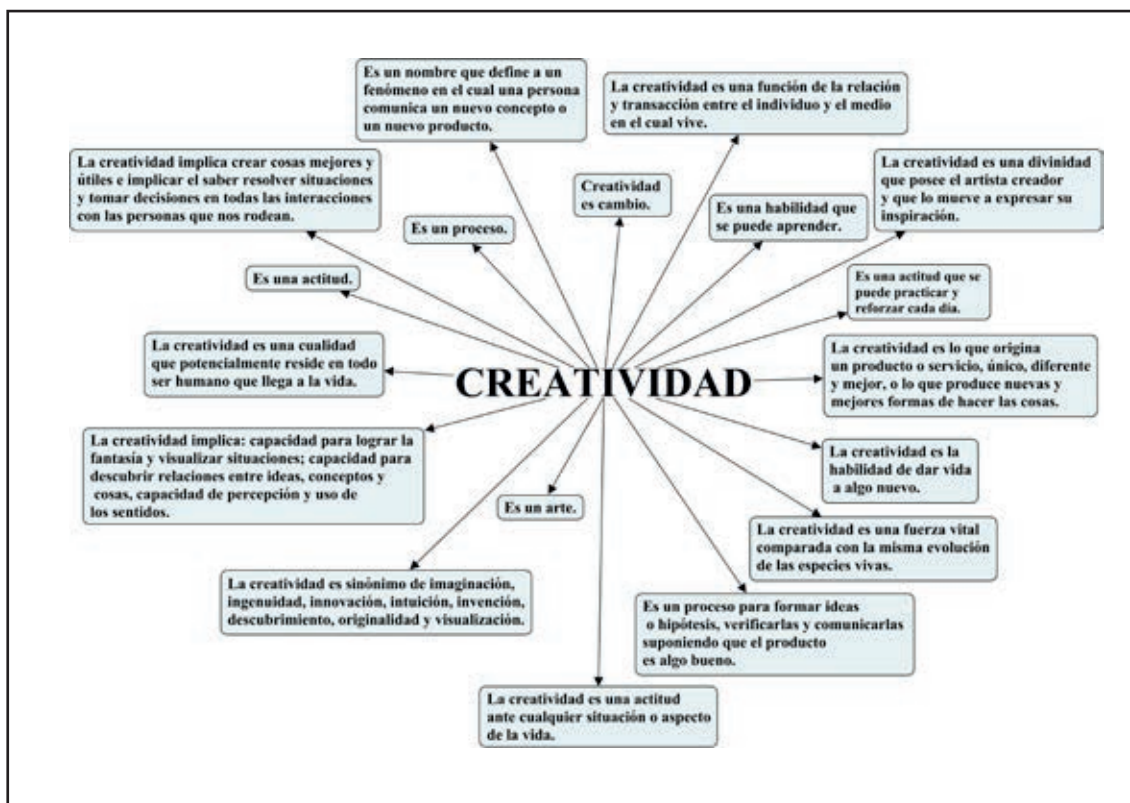


Figura 1. Definiciones sobre creatividad  
Fuente: Tomado de Campos (2017)

Es ingenuo hablar de creatividad y no reconocer la existencia de distintos caminos para llegar a entender su importancia. No hay una definición única, principalmente porque es un concepto adaptable, dinámico y no cerrado al cambio (De la Torre, 2002). Sin embargo, para despejar la dificultad al momento de establecer su constructo es importante observar más allá de todas sus definiciones y situarse en su evolución histórica. Elisondo (2015) hace referencia a dos perspectivas en oposición, pero aquí las identificaremos como posiciones; una clásica y otra actual.

La posición clásica de la creatividad está asociada a una visión cargada de mitos y es el origen de muchas de las falsedades que se han enseñado sobre creatividad. Esta se entendía como un don, que era poseído por unos pocos sujetos excepcionales y talentosos. Según Romero (2010); y Caerols (2013), la posibilidad de ser creativo se enlaza por tanto a la figura del genio creador (el intelectual, el artista o el que sabe), cuya actuación privilegiada estaba sujeta al ámbito artístico y con algo de suerte al terreno de las humanidades. La creatividad se presenta como algo misterioso, infrecuente y relacionado a individuos con características especiales. Esta posición defiende que las acciones creativas no son una aspiración para todas las personas, sino cosa de unos pocos sujetos dotados. En resumen, la creatividad es innata, condicionada por la capacidad personal y producto de un ejercicio no aprendido.

Por el contrario, la posición actual de la creatividad exige un cambio y representa una oposición a la perspectiva clásica o tradicional; desmitificando los clichés asociados a la creatividad y a la figura del genio. Según Klimenko (2008); Valqui (2009); y Caerols (2013), la creatividad se basa en procesos cognitivos ordinarios y comunes a todas las personas, los cuales se perfeccionan a través de la experiencia y el esfuerzo. Por lo tanto, todos los sujetos tienen un potencial creativo que se desarrollará en entornos favorables.

Desde la posición actual, la creatividad es entendida como una habilidad propia del ser humano y transversal a un área, contenido o actividad (De la Torre, 2003; Klimenko, 2008). Esto significa que la creatividad se asume como un bien social vital para el avance de la humanidad y útil tanto en la vida diaria como en los logros creativos en cualquier campo.

### 3. Ejes para abordar el desarrollo de la creatividad

De la Torre (2002) señala: “La creatividad se desarrolla de forma espiral en torno a cuatro ejes: persona, proceso, ambientes, productos” (p.35). Esto quiere decir que la creatividad se puede manifestar desde cualquiera de estos elementos o a través de la totalidad de ellos. Si se busca abordar una panorámica amplia de la creatividad no se puede pasar por alto estos aspectos. En la figura 2, se observa que ante cualquier acción creativa los cuatro ejes de la creatividad están unidos.

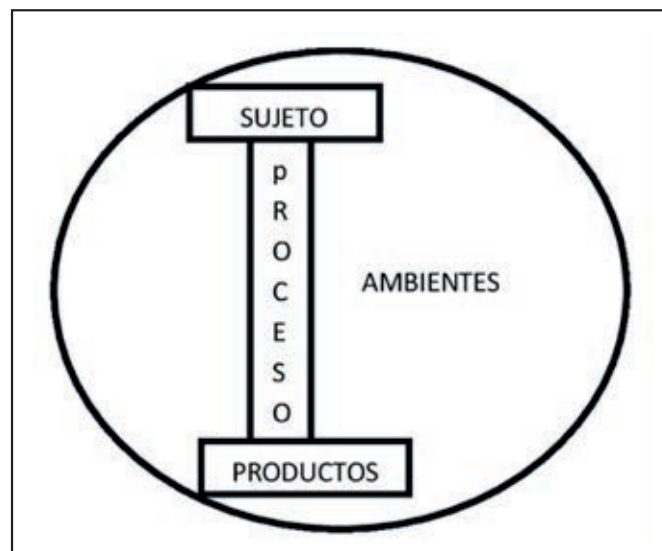


Figura 2. Los cuatro ejes que componen la creatividad  
Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, con el objetivo de facilitar su estudio, a continuación, se desmenuzarán los cuatro pilares fundamentales de la creatividad en separado.

El primer agente a estudiar es **el sujeto creativo**. Este se puede entender desde dos enfoques: el personalógico y el sociocultural (Labarrere, 2005). El primero de ellos, se vincula a la persona individual, destacando un conjunto de características psicológicas que forman parte de la singularidad de cada sujeto.

Csikszentmihalyi (1998) desarrolla diez rasgos de personalidad que con frecuencia están presentes en los individuos creativos. Se resalta en las personas creativas la presencia de una personalidad madura. Esto les permite pasar de un extremo a otro cuando el contexto lo requiere. Los rasgos señalados son: 1. Energía física versus Reposo, 2. Viveza versus Ingenuidad, 3. Responsabilidad versus Irresponsabilidad, 4. Fantasía versus Realidad, 5. Extraversión versus Introversión, 6. Humildad versus Orgullo, 7. Masculino versus Femenino, 8. Rebeldía versus Tradicional, 9. Apego versus Desapego y 10. Placer versus Dolor. Como se puede observar las características señaladas anteriormente se integran en tensión y son de carácter paradójico.

En el otro extremo, el enfoque sociocultural expone que la creatividad no solo se puede abordar desde la individualidad y rasgos personales del sujeto, sino que también desde la interacción con su contexto. Un inventor y cualquier creación están influenciadas por rasgos externos, por lo tanto, no se puede perder de vista el entorno social (Decortis y Lentini, 2009). En este sentido, Vigotsky (1998) señala como una característica del cerebro su plasticidad; es decir, la capacidad de modificación de su estructura y la sensibilidad a las influencias, presiones o huellas que se reiteran en el tiempo y son lo suficientemente fuertes como para marcar una determinada manera de pensar. Por este motivo, se debe destacar la importancia del fomento de la creación y la creatividad desde la edad escolar; significando esto un desafío para la labor pedagógica.

Desde la perspectiva sociocultural, se presenta un modelo desde el cual se intenta explicar la actividad creativa. Este modelo consta de cuatro fases cíclicas (Explo-



ración, Inspiración, Producción y Coparticipación) donde se demuestra la incidencia del influjo social. Según Decortis y Lentini (2009) el modelo: “describe cómo el individuo experimenta el mundo externo, elabora las impresiones recibidas, las junta de una forma nueva y comparte esta producción con otros” (p.3).

A modo de síntesis de este primer punto, la imagen del sujeto y la manera de asumirla estará influida por el tipo de enfoque desde el cual se aborde su imagen (psicológico o sociocultural), decisión muy ligada a la definición que se vincule a creatividad y al tipo de posición por el que se opte.

Un segundo pilar de la creatividad es **el ambiente**. Eje muy relevante en la posición actual sobre la creatividad. El ser humano tiene un gran potencial creativo, el cual se basa en procesos cognitivos comunes a todas las personas. Supuesto esto, el entorno donde el individuo está inserto condicionará que esas habilidades se desarrollen, potencien o inhiban (Labarrere, 2005).

Las interacciones de una persona con su contexto social (familia, escuela, sociedad), determinará la importancia que se otorgue a la creatividad en el desempeño de cualquier función: artística, laboral, académica, personal, etc. Según Garcés, Pocinho, Jesus y Viseu (2016) un ambiente amistoso para el desarrollo de la creatividad está relacionado con el valor que se otorga a ella en las interacciones y las experiencias de los sujetos con su contexto.

Un entorno creativo riguroso, estructurado, plagado de normas y esquemas se aleja de los principios de la creatividad; por lo tanto, impactará negativamente en los sujetos, sus acciones e incluso elaboraciones. Un ambiente positivo es abierto, flexible a las posibilidades, transversal e integrador y donde se promueven capacidades superiores a la del aprendizaje memorístico. En este contexto, la escuela es señalada como la institución social por excelencia para el fomento y el desarrollo intencional de la creatividad.

La escuela tiene un papel importantísimo en la sociedad contemporánea. Es

el establecimiento más numeroso e influyente en la preparación de los ciudadanos del futuro y su rol es determinante en la formación integral del estudiantado. Por este motivo, el contexto educativo en general a pesar de no ser el único es el que más incide en el desarrollo favorable o desfavorable de la personalidad y la creatividad de los alumnos.

Según Elisondo, Danolo y Rinaudo (2012), la construcción de contextos educativos que propicien la creatividad es un desafío para los docentes. Lo inesperado, la incorporación de objetos extraños al desarrollo de una tarea, las sorpresas que despierten la curiosidad, así como las interacciones con profesionales de distintas áreas y la creación de espacios innovadores son algunas de las acciones destacadas y que los maestros pueden incorporar fácilmente a sus prácticas e incentivar una enseñanza y aprendizaje creativo.

En una tercera instancia y continuando con los ejes fundamentales de la creatividad, se debe hacer un alto en **el proceso creativo**. Este es el enlace entre el inicio del acto creativo, producido en el interior del sujeto (y sus influencias externas) y la culminación de la acción creativa en la elaboración de un producto. Según González y González (2008) el proceso es desarrollado por la persona, que asumirá la labor de ejecutar una serie de acciones que conducirán a la presentación de una obra creativa. Este proceso es importante, porque marca la senda recorrida por la creatividad desde el terreno de las ideas hasta concretarse en un aspecto tangible (figura 3).

Las distintas fases del proceso creativo reflejan la fluidez y evolución de la energía creativa. Según Wallas (1926, citado en Escalante, Arteaga y Moreno, 2012); y Barron (1976) el proceso creativo se compone de cuatro fases: Preparación, Incubación, Iluminación y Verificación. No obstante, López (2015) señala que además de las etapas anteriores, hay una fase previa: Calentamiento. Finalmente, en Campos (2017) se recogen todos los aspectos señalados previamente y se agrega una fase final: Elaboración.

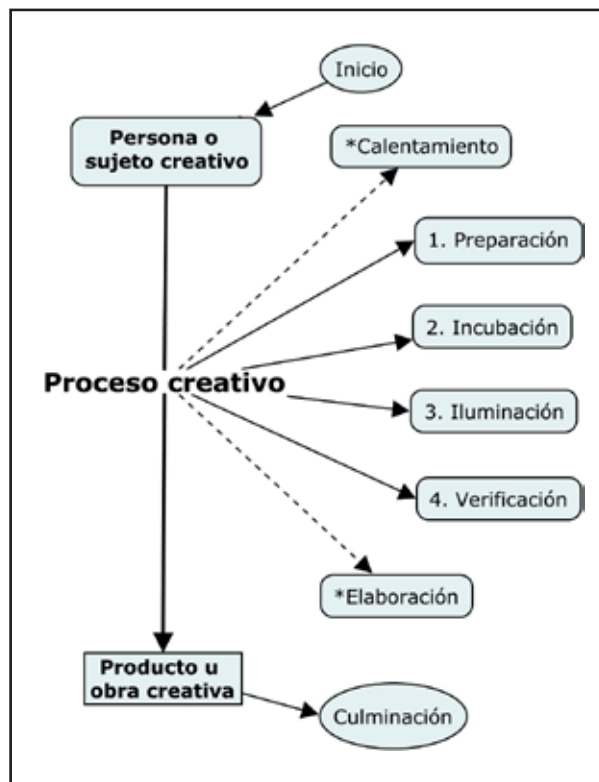


Figura 3. El proceso creativo  
Fuente: Tomado de Campos (2017)

Las fases aludidas previamente se explican de la siguiente manera; el calentamiento corresponde a la creación de un estado mental favorable hacia la creatividad e imaginación (mediante la conexión con el pensamiento lateral). En esta etapa se sugiere un ejercicio simple de resolución no convencional a problemas. La preparación se refiere a la fase de establecimiento de los márgenes del problema a resolver. Consiste en reunir toda la información necesaria sobre el problema (definición, alcances, hipótesis); además de establecer los objetivos creativos. La fase de incubación no siempre estará presente, ya que está condicionada por la inspiración del sujeto. Es un proceso de bloqueo del acto creativo, el cual se resuelve con una pausa para descansar y dejar que el subconsciente solucione la dificultad que impide avanzar. El momento en que se encuentra la solución que se buscaba (el “ajá” o “Eureka”) corresponde a la etapa de iluminación. Posteriormente en la verificación, se desarrolla un proceso de evaluación a las soluciones encontradas. Esto exige la realización de

un análisis crítico para establecer si la idea es valiosa. Finalmente, la última etapa es la elaboración o realización material de la idea. Siendo el momento exacto en que el proceso creativo da paso al producto y donde también se considera la etapa de comunicación del resultado final al público.

El último pilar de la creatividad es **el producto creativo**. Este es la culminación de todo proceso. Además, corresponde al eje más tangible y concreto de todos los que componen la creatividad, aunque no necesariamente el producto es un elemento físico, puede ser una idea, actividad o conocimiento. En cualquier caso, su existencia es autónoma a la persona que lo crea (Escalante, Arteaga y Moreno, 2012).

Un producto creativo se puede producir en cualquier ámbito o actividad humana. Según Real (2014) es el resultado final de toda aspiración creativa y en sí mismo encierra un gran valor. Aun así, no todos los productos son creativos y los estudios en este ámbito se centran en una serie de características que debe cumplir un producto para considerarse creativo.

En Escalante, Arteaga y Moreno (2012), se destaca que para evaluar un producto creativo deben estar presentes tres criterios: a) **Novedad**, entendida como la materialización de un elemento nuevo o la modificación de algo existente, a lo cual se le implantó un estilo personal; b) **Originalidad**, el producto se considera desde su particularidad (se evalúa desde la novedad, impredecibilidad, unicidad y sorpresa); y c) **Utilidad o valor social**, corresponde a la evaluación realizada por el contexto. Esta se considera desde el grado de deseabilidad del producto y las necesidades que cubre.

En resumen, los cuatro componentes de la creatividad (sujeto, ambiente, proceso y productos), a pesar de la separación artificial realizada anteriormente, están íntimamente relacionados. Es decir, todo acto creativo se inicia en la persona (considerando su carácter interno, pero también la interacción con su contexto). El ambiente es un factor importantísimo a la hora de que el potencial de los sujetos se desarrolle y culmine con la materialización de un producto. Por lo tanto es el proceso creativo el enlace entre

estos dos ejes (persona y producto), pero también es el conjunto de acciones que se despliegan para puntualizar como la creatividad se traslada desde lo imaginario hasta lo real.

## 4. Conclusiones

La investigación en creatividad es una tarea fascinante, principalmente, porque es como mirar una imagen en movimiento. Esta es un fenómeno inagotable y se puede ser creativo en un sinfín de formas o maneras distintas. La creatividad es un bien accesible y disponible para todos; cualquier persona puede producir un logro creativo y la sociedad en general necesita de todo ese potencial para seguir avanzando. Hoy en día, el estudio de la creatividad es un foco de interés científico y un aspecto que ha ido en aumento, sin embargo, sigue siendo una tarea inconclusa tanto a nivel teórico como práctico.

En un primer aspecto, como se pudo observar en este artículo la delimitación conceptual sobre creatividad presenta una amplia gama de definiciones. No obstante, una manera de solventar esa problemática es la revisión de las dos perspectivas sobre creatividad: la clásica y la actual. En nuestro caso, el término creatividad se asume como una habilidad o cualidad natural del ser humano, desarrollada a través del aprendizaje y estimulada o entorpecida por el ambiente en el que está inserta la persona.

Hemos revisado diferentes líneas de investigación sobre la creatividad, pero nos interesa recalcar el papel del ámbito educativo como el agente que puede estimular, desarrollar o inhabilitar el potencial creativo de los sujetos. La sociedad, las empresas, la vida social y las nuevas generaciones son distintas a las de antaño y poseen otras exigencias. Los sistemas educacionales y las escuelas no pueden seguir educando como en el pasado. Esto representa un desafío para el contexto escolar en general y los maestros, ya que significa repensar objetivos, técnicas de enseñanza, formas de evaluar y por sobre todas las cosas la renovación auténtica de los procesos de

enseñanza –aprendizaje. Solo de este modo, se podrá dar el salto a la educación del siglo XXI.

Otro aspecto que es muy importante puntualizar es que la creatividad a pesar de que actualmente encierra bastante interés y relevancia, manifiesta una contradicción. Desde la declaración de intenciones (o discurso teórico) se subraya su importancia, sin embargo, en la implementación a la realidad queda relegada a un papel casi olvidado. Por desgracia, todos los aspectos positivos que encierra la creatividad se ven enfrentados a procesos de resistencia para evitar su aplicación. Esto da cuenta que nuestra sociedad y los sistemas educacionales en su mayoría son de orden contrario a la idea de cambio. La verdad es que están resignados, por mucho que digan que la creatividad es la respuesta a los problemas actuales y la esperanza para ir mejorando cada día.

A modo de cierre, la creatividad no puede afrontarse como un rasgo simple, es ineludible pasar por alto los cuatro ejes que la componen (sujeto, proceso, ambiente y productos) y que nos permiten visualizar un ángulo global de sus alcances e influencias. Por último, también hemos de destacar que la creatividad representa un valor social y ser creativo (pese a las dificultades) debe ser una aspiración de todos los seres humanos en cualquier área, pero por sobre todo en la organización de la propia vida.

## 5. Bibliografía

BARRON, F. (1976). *Personalidad creadora y proceso creativo*. Madrid: Marova.

CAEROLS, R. (2013). La creatividad, el mito del genio y la educación del talento a través de la obra de Woody Allen. *Revista Electrónica de Investigación, Docencia y Creatividad*, (2), 27-45.

CAMPOS, G. (2017). *Relevancia de la creatividad en los procesos de enseñanza-aprendizaje* (Trabajo Fin de Máster). Universidad de Valladolid, Segovia, España.

CSIKSZENTMIHALYI, M. (1998). *Creatividad: el flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. Barcelona: Paidós Ibérica.

CUADROS, J., VALENCIA, J. Y VALENCIA, A. (2012). Creatividad: concepciones, estrategias y su estimulación en entornos educativos. *Revista Educación y Desarrollo Social*, 6(2), 138-153.

CUEVAS, S. (2013). La creatividad en educación, su desarrollo desde una perspectiva pedagógica. *Journal of Sport and Health Research*, 5(2), 221-228.

DE BONO, E. (1991). *El pensamiento lateral: manual de creatividad*. Barcelona: Paidós Empresa.

DECORTIS, F. Y LENTINI, L. (2009). Un enfoque sociocultural de la creatividad para el diseño de entornos educativos. *eLearning Papers*, (13), 1-11.

DE LA TORRE, S. (2002). La creatividad de un didacta o cómo dejar huella en la enseñanza. *Educación*, (0), 35-44.

DE LA TORRE, S. (2003) *Dialogando con la creatividad. De la identificación a la creatividad paradójica*. Barcelona: Octaedro Ediciones.

ELISONDO, R. (2015). La creatividad como perspectiva educativa. Cinco ideas para pensar los contextos creativos de enseñanza y aprendizaje. *Revista Actualidades Investigativas en Educación*, 15(3), 1-23.

ELISONDO, R. Y DONOLO, D. (2013). La lámpara maravillosa y la creatividad, Experiencias en la biblioteca. *Revista Creatividad y Sociedad*, (21), 1-26.

ELISONDO, R., DANOLO, D. Y RINAUDO, M. (2012). Docentes inesperados y creatividad. Experiencias en contextos de educación superior. *Revista Electrónica de Investigación, Docencia y Creatividad*, (1), 103-114.

ESCALANTE, C., ARTEAGA, M. Y MORENO, P. (2012). *Consideraciones para incentivar la creatividad en el aula*. Saarbrücken: Editorial académica española.

GARCÉS, S., POCINHO, M., JESUS, S. Y VISEU, J. (2016). The impact of the creative environment on the creative person, process, and product. *Avaliação Psicológica*, 15(2), 169-176.

GARCÍA, J. (2005). *Cómo ser creativo. Aplicaciones prácticas para afrontar los cambios con éxitos*. Sevilla: Editorial Trillas.

GONZÁLEZ, L. Y GONZÁLEZ, O. (2008). El proceso creativo en estudiantes universitarios. *Revista Creatividad y Sociedad*, (12), 114-130.

KIRTON, M. (1994): *Adaptors and Innovators. Styles creativity and problem solving*. London: Routledge.

KLIMENKO, O. (2008). La creatividad como un desafío para la educación del siglo XXI. *Educación y Educadores*, 11(2), 191-210.

LABARRERE, A. (2005). Creatividad, Aprendizaje Creativo y Desarrollo del Sujeto Creador. *SUMMA Psicológica UST*, 1(2), 37-47.

LÓPEZ, T. (2015). *Programación didáctica de Tecnologías en 1º ESO: Inmersión en la creatividad con la superación de barreras* (Trabajo Fin de Máster). Universidad de Valladolid, Segovia, España.

REAL, F. (2014). *Estudio de la creatividad en la formación inicial del profesorado* (Trabajo Fin de Máster). Universidad de Valladolid, Segovia, España.

ROMERO, J. (2010). Creatividad distribuida y otros apoyos para la educación creadora. *Pulso*, (33), 87-107.



VALQUI, R. (2009). La creatividad: conceptos, métodos y aplicaciones. *Revista Iberoamericana de Educación*, 49(2), 1-11.

VIGOTSKY, L. (1998). *La imaginación y el arte en la infancia*. Madrid: Ediciones Akal.