

IV Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología  
XIX Jornadas de Investigación VIII Encuentro de Investigadores en Psicología  
del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos  
Aires, 2012.

# **Estudio de contenido de los reactivos de un instrumento para la evaluación de la personalidad creativa.**

Freiberg Hoffmann, Agustin.

Cita:

Freiberg Hoffmann, Agustin (2012). *Estudio de contenido de los reactivos de un instrumento para la evaluación de la personalidad creativa. IV Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XIX Jornadas de Investigación VIII Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-072/965>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/emcu/bqF>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

# ESTUDIO DE CONTENIDO DE LOS REACTIVOS DE UN INSTRUMENTO PARA LA EVALUACIÓN DE LA PERSONALIDAD CREATIVA

Freiberg Hoffmann, Agustin

Universidad de Buenos Aires Ciencia y Técnica

---

## Resumen

El estudio de la creatividad ha cobrado un mayor impulso a partir de la fundación de la División 10 de la APA, destinada a investigar entre sus tópicos la creatividad y su influencia en el desarrollo mental, motivacional, afectivo, así como también los procesos cognitivos (American Psychological Association, 2012).

Si bien este tema es abordado por una multiplicidad de corrientes psicológicas, una de las más importantes en la actualidad, es el llamado enfoque multicomponencial, que se fundamenta en el paradigma de la complejidad, y ofrece diferentes ángulos de enfoque. Csikszentmihalyi (1996) destaca, entre otros factores, el carácter paradójico de la personalidad de los sujetos considerados creativos, desarrollando una categorización en tipos, distribuidos en diez pares aparentemente antitéticos.

El presente trabajo, basado en las descripciones de los diez rasgos de personalidad paradójica formulados por este autor, expone el proceso de construcción y análisis de contenido de los reactivos de un instrumento destinado a evaluar estos atributos en la población universitaria de la Ciudad de Buenos Aires.

## Palabras Clave

personalidad creativa, estudiantes universitarios, personalidad paradójica.

## Abstract

ITEMS CONTENT ANALYSIS ABOUT A TEST FOR CREATIVE PERSONALITY ASSESSMENT

Studies on creativity were dramatically increased because of the creation of the APA Division. Its goal consisted in promoting the research about the influence of creativity on mental development, motivation, affection, and cognitive process (American Psychological Association, 2012).

Different psychological approaches have studied the creativity phenomenon, but the multicomponential model became the most important currently it finds its foundations in the complexity paradigm. Csikszentmihalyi (1996), in this direction, thinks that creative people presents a paradoxical personality, so he proposes ten categories in order to analyze the construct.

The present paper takes paradoxical personality categories to develop a test, and analyzes items' content in college students from

Buenos Aires.

## Key Words

creative personality, university students, paradoxical personality.

## Introducción

El origen del estudio formal de la creatividad dentro de la Psicología se remonta al año 1945, con la creación de la División 10 (Psychology and the Arts) de la APA, que cuenta entre sus tópicos la creatividad y su influencia en el desarrollo mental, motivacional, afectivo, así como los procesos cognitivos (American Psychological Association, 2012). Esta perspectiva lleva a concebir el constructo desde el paradigma de la complejidad, como una variable susceptible de ser modificada por una multiplicidad de factores, que algunos autores clasifican en personales, procesuales, ambientales y comunicacionales (e.g. Betancourt, 2006; Mitjans Martínez, 2005; Sánchez Escobedo, García Mendoza y Valdés Cuervo, 2009; De la Torre, 2006a).

El enfoque actualmente dominante define el concepto como la capacidad que tienen las personas de resolver de forma novedosa problemas, tanto conocidos como inéditos (Corbalán Berná, Martínez Zaragoza, Donolo, Alonso Monreal, Tejerina Arreal y Limiñana Gras, 2006; Getzels y Csikszentmihalyi, 1984; Hu, Zhen Shi, Han, Wang y Adey, 2010; Minervino y Adrover, 2000; Romo, 2006; Weisberg, 2006). Por otro lado, algunos autores (Laimé Pérez, 2005; Martín y Marín, 2006) ponen el énfasis no solo en el carácter novedoso, sino también en la valoración social de la solución elegida, de cara a catalogarla como creativa.

Los estudios sobre el desarrollo de la capacidad creativa son, entonces, un tema ampliamente abordado por el enfoque multicomponencial, tomando en cuenta una multiplicidad de variables intervinientes inter e intrapersonales, profundizando especialmente en aquellas sociodemográficas (Aliotti, Britt, y Raskins, 2006; Bolen y Torrance, 2006; Kaufman, 2006; Niu y Sternberg, 2003), socioculturales (Barcia, 2006; Decortis y Lentini, 2009; Gardner, 1997; Mitjans Martínez, 2006), cognitivas (Carpio, Canales, Morales, Arroyo y Silva, 2007; Sagiv, Arieli, Goldenberg y Goldschmidt, 2009; Sternberg y O'Hara, 2005) y de personalidad (Burch, Hemsley, Pavelis y Corr, 2006; Csikszentmihalyi, 1996; Meneely y Portillo, 2005; Qian, Plucker y Shen, 2010; Reuter, Panksepp, Schnabel, Kellerhoff, Kempel y Hennig, 2004; De la Torre, 2006b; Zhang y Huang, 2001). Es en estas últimas donde se centra el presente trabajo.

## Estudios de la Personalidad

La personalidad, entendida como la capacidad que poseen los humanos para adaptarse al medio circundante, es pensada como una construcción psicológica, producto de la interacción entre la biología y atributos psicológicos propios de cada individuo. Su dinámica hace que aquella se reconstruya constantemente, haciéndose más rígida y menos susceptible de modificación conforme va pasando el tiempo (Benlliure, 2006).

Diversos autores (e.g. Millon, 1997; Hathaway y McKinley, 2002) orientan sus estudios hacia el comportamiento individual, con el fin de aislar variables psicológicas que configuran los distintos estilos, ya sean estos patológicos o no. Esta metodología se aplica al mismo tiempo a la investigación de los rasgos propios de toda persona creativa. Distintos trabajos indican que esta categoría se compone de ciertas características tales como, agresividad, exigencia, apertura, flexibilidad, fluidez, inconformismo, entre otras (Meneely y Portillo, 2005; Sternberg y O'Hara, 2005; Vecina Jiménez, 2006).

Otras posturas (Csikszentmihalyi, 1996; Maslow, 1973; Pascale, 2005; De la Torre, 2006b) proponen reemplazar la idea de unidireccionalidad de los rasgos de personalidad por el carácter paradójico (bidireccional) de estos. Esta nueva visión, formulada en el marco del paradigma de la complejidad, realiza un tratamiento más amplio del constructo tomando en cuenta su carácter dinámico.

### La Personalidad Paradójica

Dentro de la Psicología es Maslow (1973) el primero en utilizar el término personalidad paradójica para referirse a esta característica inherente a toda persona creativa. Posteriormente Csikszentmihalyi (1996) retoma esta idea original y la pone a prueba en un extenso estudio de casos, llevado adelante entre los años 1990 y 1995. En ese período se recogen datos mediante entrevistas semidirigidas grabadas en video, llegando a un total de 91 casos de individuos considerados creativos. Se asumen para esta labor tres criterios de selección que deben cumplir los sujetos convocados: 1) haber modificado el ámbito cultural donde se desarrollan, 2) seguir trabajando activamente en ese mismo campo y 3) poseer una edad no menor a sesenta años, salvo excepciones.

Este estudio arroja un gran número de conclusiones, siendo uno de sus mayores hallazgos la descripción del modo de funcionamiento de la personalidad paradójica. Esta, se caracteriza por su complejidad, dado que en la misma persona conviven armónicamente distintos rasgos que en el común de los individuos no se hacen presentes. Los sujetos creativos poseen todo el espectro de estilos de personalidad y son capaces de ponerlos en acción en diferentes ámbitos. Tales atributos se encuentran en todos los humanos, pero comúnmente solo se manifiesta un polo de la dialéctica. De aquí proviene el carácter paradójico de la personalidad creativa. Si bien se advierte de la existencia de una gran variedad de atributos que pueden hacerse presentes, se destacan en particular diez pares aparentemente antitéticos, que se encuentran en la mayoría de los casos definidos como creativos. Ellos son Hiperactividad – Hipoactividad (control energético), Racionalidad – Intuición, Responsabilidad – Irresponsabilidad, Imaginación – Realidad, Extraversión – Introversión, Humildad – Orgullo, Masculinidad – Femenidad (Androginia), Conservador – Iconoclasta, Objetividad – Subjetividad (Pasión), Sufrimiento – Placer. A continuación se describen en términos

generales las características comportamentales de los sujetos de acuerdo con cada dimensión (Csikszentmihalyi, 1996).

**Hiperactividad – Hipoactividad (Control Energético):** Es propio de quienes suelen mostrarse muy enérgicos por momentos, y callados y en reposo por otros. Son capaces de trabajar un gran número de horas de manera continua para luego tomarse prolongados descansos. Consideran que un ritmo de actividad va seguido de otro de ocio y reflexión.

**Racionalidad – Intuición:** Se caracterizan por la astucia en ciertos momentos, y la ingenuidad extrema en otros. Esta ingenuidad da lugar a la curiosidad, componente esencial para realizar toda actividad novedosa, pero por otro lado la astucia y un CI elevado generan autosatisfacción, autoconfianza y sentimiento de superioridad mental, aspecto igualmente relevante para el ejercicio de la labor creativa. Se trata de sujetos que poseen rigidez y flexibilidad al mismo tiempo.

**Responsabilidad – Irresponsabilidad:** Pueden jugar y mantener la disciplina a la vez. El carácter lúdico en las actividades creativas va acompañado de su antítesis, consistente en la tenacidad, resistencia y perseverancia.

**Imaginación – Realidad:** Este rasgo es propio de sujetos cuyas ideas son fantasiosas, pero con fuerte anclaje en la realidad. Ello se acompaña de modelos mentales que tienen, por lo menos, una mínima conexión con algún aspecto de la realidad.

**Extraversión – Introversión:** Remite al gusto por estar entre las multitudes, o bien mantenerse al margen y expectante. Los sujetos creativos suelen ver, oír e intercambiar ideas con otras personas, como así también tolerar la soledad, que es necesaria durante el proceso creativo.

**Humildad – Orgullo:** Las personas creativas suelen ser autocríticas y tímidas, pero por momentos se vuelven arrogantes y desdeñosas. Esta polaridad también se manifiesta como ambición – desinterés o como competencia - cooperación. Se trata de personas que suelen ser ambiciosas y agresivas, pero que por otro lado se muestran dispuestas a subordinar sus propios proyectos y bienes en beneficio del grupo o del equipo.

**Masculinidad - Femenidad (Androginia):** Este aspecto refiere a un escape respecto de los modelos estereotipados de hombre y de mujer. Las mujeres más creativas son más dominantes, y los varones más creativos son más sensibles y menos agresivos.

**Conservador – Iconoclasta:** Esta paradoja también se ve representada por la rebeldía y el tradicionalismo. Las producciones creativas requieren de un cierto conocimiento y aceptación de los valores, usos o productos culturales que serán transgredidos. Rebeldía y tradicionalismo son necesarios para que tenga lugar el proceso de creación, ya que ser solo conservador deja el campo sin modificaciones; y probar suerte continuamente sin referencia a lo que se ha valorado en el pasado rara vez conduce a la novedad aceptada como un producto mejorado.

**Objetividad – Subjetividad (Pasión):** Este carácter remite a una conducta de apego y desapego respecto del propio trabajo. Sin pasión pronto se pierde el interés por una tarea difícil. Pero si no se es objetivo en lo tocante a ella, el trabajo no podrá ser muy bueno y carecerá de

credibilidad.

Sufrimiento – Placer: La apertura y sensibilidad de las personas creativas generalmente las expone al sufrimiento y al dolor, pero también al placer. Los inventores tienen un umbral de dolor bajo. Por tal motivo cuando un artista ha dedicado años a la composición de una obra o un científico a construir un instrumento, resulta desolador que nadie muestre interés. Por otra parte es muy grande el placer que experimentan estos individuos cuando pueden llevar adelante su trabajo con total libertad.

### Personalidad Creativa y Educación

La personalidad creativa es estudiada en relación a diversos ámbitos, siendo uno de los más examinados el educativo (eg. Kelly y Daughtry, 2008; Meneely y Portillo, 2005; Richardson y Crichlow, 1995).

Si bien la investigación abarca todos los grupos etarios, al tratarse de la personalidad creativa se torna conveniente analizarla circunscripta a un tipo de población cuya configuración de rasgos psicológicos permanece más estable en comparación con edades más tempranas (Benlliure, 2006; Csikszentmihalyi, 1996; Gardner, 1997). Por esta razón un gran número de trabajos orientados al análisis del constructo en el contexto de instrucción formal, toma como objeto de estudio la población universitaria, describiendo así sus rasgos salientes (Chamorro-Premnuzic y Furnham, 2003; Limiñana Gras, Corbalán Berna y Sánchez López, 2010, Sánchez Manzano, 1990).

Continuando con esta línea de pensamiento, el presente trabajo tiene por finalidad exponer la fase inicial de construcción de un instrumento diseñado para evaluar la personalidad creativa a través de su carácter paradójico en estudiantes de nivel universitario de la Ciudad de Buenos Aires.

El objetivo fundamental consiste en determinar mediante juicio experto la validez de contenido de los ítems redactados para cada una de las diez dimensiones del test.

### Metodología

Instrumento: Se diseñaron 15 reactivos bidireccionales por cada una de las diez dimensiones descritas por Csikszentmihalyi (1996) en su modelo de la personalidad paradójica. El banco de elementos inicial, compuesto por un total de 150 ítems, fue sometido a juicio experto a fin de determinar la calidad de su contenido.

Jueces expertos: Fueron convocados tres expertos especialistas en psicometría y evaluación psicológica y otros dos del ámbito artístico.

Procedimiento: Se entregó un instructivo con una breve reseña teórica, con la descripción de cada rasgo y las consignas para completar la tarea. Por otra parte se brindó un cuadernillo con los 150 ítems ordenados aleatoriamente y dos escalas en las que los expertos debían indicar, por un lado la dimensión a la que según su criterio pertenecía cada uno, y por otro la calidad del mismo con respecto a ésta en una escala de 1 a 7, donde 1 representaba nada adecuado y 7, extremadamente adecuado.

Análisis de Datos: Se empleó un programa diseñado a partir del software Visual Basic (Merino Soto y Livia Segovia, 2009) para el cálculo del coeficiente V de Aiken (Aiken, 1985).

### Resultados

Finalizada la labor de los jueces se procedió a la compilación de la información, conservando aquellos ítems que cumplieran con los siguientes dos criterios. Primero, que el número de jueces que haya acordado una misma clasificación no fuera inferior a tres de los cinco convocados. Segundo, que el coeficiente V de Aiken de cada ítem haya sido superior a 0.6. Este índice es utilizado para cuantificar la validez de contenido, fluctuando sus valores entre 0 y 1, significando 0 un nulo acuerdo, y 1 el mayor posible con respecto al contenido del ítem (Merino Soto y Livia Segovia, 2009).

De este modo se conservaron 92 reactivos de los 150 originales, migrando algunos de ellos de dimensión. La tabla 1 resume el número de ítems originales conservados para cada una de las diez escalas y la cantidad de ítems adicionales sumados a partir del consenso entre jueces.

Tabla 1. Cantidad de ítems por dimensión, según resultados del estudio de contenido por juicio experto.

Dimensiones	Ítems Originales	Ítems Migrados de Dimensión por Consenso entre Jueces	Total Ítems por Dimensión
Hiperactividad - Hipoactividad	14	2	16
Racionalidad - Intuición	5	1	6
Responsabilidad - Irresponsabilidad	6	0	6
Imaginación - Realidad	5	1	6
Extraversión - Introversión	12	2	14
Humildad - Orgullo	7	2	9
Masculinidad - Femenidad	5	1	6
Conservador - Iconoclasta	10	5	15
Objetividad - Subjetividad	4	1	5
Sufrimiento - Placer	9	0	9

## Discusión

Los resultados obtenidos a partir del estudio de contenido dan cuenta de una composición asimétrica de las escalas resultantes en cuanto a la cantidad de reactivos, conservándose las diez dimensiones propuestas. Del consenso entre jueces se observan tres escalas cuyo número de ítems se mantienen casi en su totalidad (hiperactividad-hipoactividad, extraversión-introversión y conservador-iconoclasta), destacándose del resto.

Puede mencionarse como debilidad metodológica de este trabajo la transgresión de dos de los principios consensuados por la comunidad científica (Likert, 1932; Moreno, Martínez y Muñiz, 2004; Thurstone, 1928) sobre la redacción de los elementos de todo test. El primero plantea evitar enunciados que contengan dos argumentos opuestos para maximizar la eliminación de ambigüedad. El segundo se refiere a la redacción de oraciones breves para evitar la fatiga de los examinados.

El incumplimiento intencional de las reglas de formulación en estos ítems prioriza la idea de que los indicadores deben ser construidos de modo tal que representen la conducta que se quiere evaluar del modo más fiel posible (Aiken, 2003; Martínez Arias, 1995). Es decir que para evaluar un tipo de conducta paradójica se proponen afirmaciones que indagan en un mismo momento dos polaridades contrapuestas. Frente a esta clase de ítems se espera que los sujetos más creativos se sientan más identificados con cada una de las oraciones y por consiguiente más cómodos, mientras que los menos creativos experimentarán más incomodidad frente a la ambigüedad de las frases y por ende, menos identificación.

Es posible argumentar que esta clase de evaluación en lugar de utilizar una sola declaración bidireccional es susceptible de llevarse a cabo a través de dos enunciados unidireccionales contrapuestos, ubicados en posiciones distantes dentro de la misma herramienta. Frente a esta postura caben dos apreciaciones. La primera es que por cuestiones ya explicitadas se priorice la representación más fiel de la conducta íntegra en detrimento de las pautas de redacción estandarizadas. En segundo término el método indicado se aproxima a la lógica de funcionamiento de las escalas de validez destinadas a evaluar la consistencia de las respuestas dadas por los examinados a varios tests de personalidad. La aceptación de dicho procedimiento pone, entonces, en tela de juicio la validez de esa clase de escalas, dada la incertidumbre de su objeto de evaluación (consistencia de las respuestas vs. personalidad creativa).

A partir del número de reactivos resultantes del análisis de contenido se espera someterlos a un estudio factorial exploratorio a fin de analizar si la estructura latente a la operacionalización aquí intentada, responde a la propuesta teórica.

## Agradecimiento

El presente trabajo fue realizado en el marco de una beca doctoral otorgada por la Universidad de Buenos Aires y presenta un avance parcial de la misma.

## Bibliografía

Aiken, L.R. (1985). Three coefficients for analyzing the reliability and validity of ratings. *Educational and Psychological Measurement*, 45, 131-142.

- Aiken, L.R. (2003). *Tests Psicológicos y Evaluación* (10a ed.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson.
- Aliotti, N. C., Britt, M. F., y Raskins, G. P. (2006). Relationship among creativity, intelligence, and achievement measures in upward bound. *Psychology in the Schools*, 12(4), 423-427.
- American Psychological Association, Society for the Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts. (2012). About APA división 10. Recuperado de [http://www.apa.org/divisions/div10/about\\_us.html#history](http://www.apa.org/divisions/div10/about_us.html#history)
- Barcia, M. (2006). Creatividad y Familia. En S. de la Torre y V. Violant, *Comprender y evaluar la creatividad*. Vol. I (pp. 507-516). Málaga: Aljibe.
- Berlliure, V. A. (2006). Evaluar aspectos de la personalidad. En S. d. Torre y S. Violant, *Comprender y evaluar la creatividad*. Vol II (pp.303-323). Málaga: Aljibe.
- Betancourt, J. (2006). El entorno creativo. En S. de la Torre y V. Violant, *Comprender y evaluar la creatividad*. Vol. I (pp. 197-204). Málaga: Aljibe.
- Bolen, L. M., y Torrance, E. P. (2006). The influence on creative thinking of locus of control, cooperation, and sex. *Journal of Clinical Psychology*, 34(4), 903-907.
- Burch, G. S., Hemsley, D. R., Pavelis, C., y Corr, P. J. (2006). Personality, creativity and latent inhibition. *European Journal of Personality*, 20(2), 107-122.
- Carpio, C., Canales, C., Morales, G., Arroyo, R., y Silva, H. (2007). Inteligencia, creatividad y desarrollo psicológico. *Acta Colombiana de Psicología*, 10(2), 41-50.
- Chamorro-Premnuzic, T., y Furnham, A. (2003). Personality predicts academic performance : Evidence from two longitudinal university samples. *Journal of Research Personality*, 37, 319-338.
- Corbalán Berná, F. J., Martínez Zaragoza, F., Donolo, D. S., Alonso Monreal, C., Tejerina Arreal, M., y Limiñana Gras, R. M. (2006). *CREA. Inteligencia Creativa*. Madrid: 2006.
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creatividad*. Barcelona: Paidós.
- De la Torre, S. (2006a). Creatividad en la educación. En S. de la Torre y V. Violant, *Comprender y evaluar la creatividad*. Vol. I (pp. 309-322). Málaga: Aljibe.
- De la Torre, S. (2006b). Creatividad Paradójica o adversidad creadora. En S. de la Torre y V. Violant, *Comprender y evaluar la creatividad*. Vol. I (págs. 155-170). Málaga: Aljibe.
- Decortis, F., y Lentini, L. (2009). Un enfoque sociocultural de la creatividad para el diseño de entornos educativos. *eLearning Papers* , 1(13), 1-10.
- Gardner, H. (1997). *Arte, Mente y Cerebro*. Barcelona: Paidós.
- Getzels, J., y Csikszentmihalyi, M. (1984). Encontrar problemas y creatividad. *Estudios de Psicología*, 18, 69-79.
- Hathaway, S.R, y McKinley, J. C. (2002). *Inventario MMPI-2. Manual*. Madrid: TEA.
- Hu, W., Zhen Shi, Q., Han, Q., Wang, X., y Adey, P. (2010). Creative scientific problem finding and its developmental trend. *Creativity Research Journal*, 22(1), 46-52.
- Kaufman, J. C. (2006). Self-reported differences in creativity by ethnicity and gender. *Applied Cognitive Psychology*, 20(8), 1065-1082.
- Kelly, K.E., y Daughtry, D. (2008). Academic orientation and creativity: Does a creative personality correlate with students' approach to the academic environment?. *Individual Differences Research*, 6(4), 253-259.
- Laime Pérez, M. C. (2005). La evaluación de la creatividad. *LIBERABIT*, 11, 35-39.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 1-50.
- Limiñana Gras, R.M., Corbalán Berna, J., y Sánchez López, M.P. (2010). Creatividad y estilos de personalidad: aproximación a un perfil creativo en estudiantes universitarios. *Anales de Psicología*, 26(2), 273-278.
- Matín, M.T., y Marín, E. (2006). Axiología y creatividad. En S. de la Torre y V. Violant, *Comprender y evaluar la creatividad*. Vol. I (pp. 53-59). Málaga: Aljibe.
- Martínez Arias, R. (1995). *Psicometría: teoría de los tests psicológicos y*

educativos. Madrid: Síntesis.

Maslow, A. (1973). *El hombre autorrealizado*. Barcelona: Kairós.

Meneely, J., y Portillo, M. (2005). The adaptable mind in design: relating personality, cognitive style, and creative performance. *Creativity Research Journal*, 17(2 y 3), 155-166.

Merino Soto, C., y Livia Segovia, J. (2009). Intervalos de confianza asimétricos para el índice la validez de contenido: un programa Visual Basic para la V de Aiken. *Anales de Psicología*, 25(1), 169-171.

Millon, T. (1997). *El inventario de Estilos de Personalidad*. MIPS. Buenos Aires: Paidós.

Minervino, R., y Adrover, J. F. (2000). Analogía, un modelo alternativo. Crítica al modelo estándar de solución de problemas por analogía y propuesta de un modelo alternativo. *Psicodebate*, 1, 61-87.

Mitjans Martínez, A. (2005) La creatividad en la escuela: tres direcciones de trabajo. En Serie construir, desconstruir, reconstruir. Vol I

Mitjans, A. (2006). Creatividad y Subjetividad. En S. de la Torre y V. Violant, *Comprender y evaluar la creatividad*. Vol. I (pp. 115-123). Málaga: Aljibe.

Moreno, R. Martínez, R. y Muñiz, J. (2004). Directrices para la construcción de ítems de elección múltiple. *Psicothema*, 16(3), 490-497.

Niu, W., y Sternbeg, R. J. (2003). Societal and school influences on student creativity: The case of China. *Psychology in the Schools*, 40(1), 103-114.

Pascale, P. (2005). ¿Dónde está la creatividad? Una aproximación al modelo de sistemas de Mihaly Csikszentmihalyi. *Arte, Individuo y Sociedad*, 17, 63-86.

Qian, M., Plucker, J., y Shen, J. (2010). A model of chinese adolescents creative personality. *Creativity Research Journal*, 22(1), 62-67.

Reuter, M., Panksepp, J., Schnabel, N., Kellerhoff, N., Kempel, P., y Hennig, J. (2004). Personality and biological markets of creativity. *European Journal of Personality*, 19(2), 83-95.

Richardson, A.G., y Crichlow, J.L. (1995). Subject orientation and the creative personality. *Educational Research*, 31(1), 71-78.

Romo, M. (2006). Cognición y creatividad. En S. de la Torre y V. Violant, *Comprender y evaluar la creatividad*. Vol. I (pp. 23-30). Málaga: Aljibe.

Sagiv, L., Arieli, S., Goldenberg, J., y Goldschmidt, A. (2009). Structure and freedom in creativity: The interplay between externally imposed structure and personal cognitive style. *Journal of Organizational Behavior*. doi: 10.1002/job

Sánchez Escobedo, P. A., García Mendoza, A., y Valdés Cuervo, A. A. (2009). Validez y confiabilidad de un instrumento para medir la creatividad en adolescentes. *Revista Iberoamericana de Educación*, 50(6), 1-12.

Sánchez Manzano, E. (1990). Imaginación creativa y personalidad: estudio experimental sobre las relaciones de la creatividad y la introversión-extroversión. *Revista Complutense de Educación*, 1(1), 121-135.

Sternberg, R. J., y O'Hara, L. (2005). Creatividad e Inteligencia. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 10, 113-149.

Thurstone, L.L. (1928). Attitudes can be measured. *American Journal of Sociology*, 33, 529-554.

Vecina Jiménez, M. L. (2006). Creatividad. *Papeles del Psicólogo*, 27(1), 31-39.

Weisberg, R. W. (2006). *Creativity. Understanding Innovation in Problem Solving, Science, Invention and the Arts*. New Jersey: Wiley.

Zhang, L., y Huang, J. (2001). Thinking styles and the five-factor model of personality. *European Journal of Personality*, 15(6), 465-476.