

Creatividad y estilos de personalidad: aproximación a un perfil creativo en estudiantes universitarios

Rosa M. Limiñana Gras^{1*}, Javier Corbalán Berna¹ y M. Pilar Sánchez-López²

¹Universidad de Murcia

²Universidad Complutense de Madrid

Resumen: En el presente trabajo se pretende estudiar el comportamiento creativo en los estudiantes universitarios y su relación con los estilos de personalidad. La muestra está formada por 86 universitarios de Logopedia y de Psicología. La media de edad es de 22 años, el 15.1% son varones y el 84.9% mujeres. Para la evaluación de la creatividad se ha utilizado el Test CREA (Corbalán, Martínez, Donolo, Alonso, Tejerina y Limiñana, 2003), que tiene como finalidad la apreciación de la inteligencia creativa a través de un indicador de generación de cuestiones, desde un contexto teórico de búsqueda y solución de problemas. Para la evaluación de los estilos de personalidad se aplicó el MIPS (Millon, 2001) que ofrece una medida de los estilos de personalidad organizada según tres dimensiones principales: metas motivacionales, modos cognitivos y comportamientos interpersonales. Los resultados muestran perfiles creativos diferenciales según el rendimiento creativo, encontrándose relaciones significativas entre algunas de las variables de personalidad estudiadas y la creatividad, que podrían aportar información relevante sobre el comportamiento creativo en estos estudiantes universitarios.

Palabras clave: Creatividad; estilos de personalidad; estilos motivacionales; estilos cognitivos; estilos interpersonales.

Title: Creativity and Personality Styles: An approach to creative profiles in university students.

Abstract: The goal of this study is to analyse the presence of this divergent thinking in university students and its connection to personality styles. Sample is made up of 86 Speech Therapy and Psychology undergraduate students. The average age is 22, out of which 15.1% are male and 84.9% are female. Assessment of creativity has been achieved by using the CREA Test. (Corbalán, Martínez, Donolo, Alonso, Tejerina y Limiñana, 2003). CREA test is intended at appreciating creative intelligence by means of an indicator of question-raising within a theoretical context of problem seeking and solving. Personality styles were evaluated by using MIPS (Millon, 2001), which offers a method to measure personality styles, organized into three main dimensions: motivational goals, cognitive modes and interpersonal behaviours. Results illustrate differential creative profiles according to their creative production, showing significant relations between some of the personality variables studied and creativity. These, in turn, could provide relevant information about creative behaviours in these university students.

Keywords: Creativity; personality styles; motivating styles; thinking styles; behaving styles.

Introducción

La elevada importancia que la innovación presenta en la sociedad actual demanda una respuesta y una profunda transformación en las universidades españolas que, junto a los cambios estructurales establecidos en el marco común del Espacio Europeo de Educación Superior, debe implicar también un importante cambio de dirección en la implementación de metodologías que fomenten el pensamiento crítico y el espíritu creativo e innovador de los alumnos (Esteve Mon, 2008). En este sentido, el pensamiento creativo es considerado como uno de los elementos clave en la enseñanza superior; favorecer este tipo de pensamiento supone potenciar las capacidades de los estudiantes, promover la autonomía y la capacidad de resolución de problemas y aumentar la satisfacción con el trabajo realizado. En el mundo adulto, a medida que nos vamos incorporando a las enseñanzas superiores y a la vida profesional, la creatividad se va alejando progresivamente del juego, para encontrar una orientación más común en la productividad, integrándose con el desarrollo de habilidades y destrezas cognitivas y sociales (Limiñana, 2008). ¿Puede el contexto universitario dar cabida al desarrollo de estas habilidades y destrezas cognitivas creativas?

Un parte importante de la investigación en creatividad gira en torno a las estrategias que se han diseñado y aplicado

para favorecerla en el contexto académico (Torrance, 1980; Sternberg y Lubart, 1993; Prieto, López, Ferrándiz, y Bermejo, 2003; Almansa y López, 2008), destacando la importancia de considerar, además de los contenidos curriculares, los procesos y habilidades para promover el pensamiento divergente. Los teóricos de la creatividad han señalado cómo los impedimentos del entorno pueden determinar e incluso inhibir la expresión de ideas creativas e innovadoras (Amabile, 1996; Csikszentmihalyi, 1998; Corbalán, Martínez, Donolo, Alonso, Tejerina y Limiñana, 2003; Donolo y Rinaudo, 2008); la evaluación, el control externo y la limitación temporal han sido los factores contextuales que tradicionalmente se han relacionado con la inhibición del comportamiento creativo.

Los factores relacionados con la personalidad también han sido contemplados en las teorías y modelos de la creatividad, destacándose aspectos como la apertura, el compromiso, la motivación, la tolerancia a la ambigüedad, la asertividad y la autoestima (Amabile, 1982, 1996; Urban, 1990, 1995; Sternberg y Lubart, 1993; Treffinger, Feldhusen y Isaksen, 1990), o aspectos más cognitivos como la intuición y los procesos de insight (Sternberg y Lubart, 1993; Prieto, Bermejo y Hervás, 1997). La estabilidad emocional y el ánimo positivo también han sido identificados en recientes investigaciones como factores que contribuyen a mejorar las capacidades creativas de la persona (Stafford, Moore y Bard, 2010).

Especialmente significativos son los hallazgos del estudio realizado por George y Zhou (2001) en el entorno empresarial sobre la relación del comportamiento creativo, los facto-

* Dirección para correspondencia [Correspondence address]: Rosa M. Limiñana Gras. Facultad de Psicología. Universidad de Murcia, Campus de Espinardo s/n. 30100 Murcia (España). E-mail: liminana@um.es

res situacionales, y los factores de personalidad de apertura y conciencia. Estos autores señalan cómo el entorno organizacional y las actitudes de los compañeros determinan en gran medida, que ambos factores pueden funcionar como facilitadores e inhibidores del comportamiento creativo.

El modelo de los cinco grandes (Costa y McCrae, 1992) ha tenido asimismo un impacto importante en la investigación sobre creatividad, sin embargo, en este trabajo, se ha optado por utilizar el modelo de Millon para el estudio de la personalidad. Este marco nos permite una aproximación multidimensional a la personalidad normal, y responde a la perspectiva integradora biopsicosocial, evolucionista y ecológica que actualmente se pretende incorporar desde los enfoques más novedosos en la investigación sobre comportamiento creativo (Kaufman y Kaufman, 2004). Millon propone el estudio de los estilos de personalidad en función de tres grandes áreas o dimensiones: las metas motivacionales, los procesos cognitivos y los vínculos o relaciones interpersonales. En cada una de estas áreas incluye polaridades que, a través de sus diferentes combinaciones, determinan estilos diferentes de personalidad (MIPS –Millon, 1994; 2001; 2004).

El MIPS incorpora también un Índice de ajuste elaborado por Millon (1994) para medir el grado de adaptabilidad de la persona en relación a su grupo de referencia. Inicialmente Millon lo utilizó como criterio de selección para evaluar el grado de adaptabilidad en una muestra de militares junto a otros criterios de validez como el NEO y el MMPI-2 (Millon, 2001). Posteriormente otros estudios lo han incorporado como medida o indicador global de ajuste psicológico (v. Limiñana, Corbalán y Patró, 2005; Limiñana, Corbalán, Sánchez-López, 2009).

Con la finalidad de identificar variables favorecedoras e inhibitoras de esta capacidad creativa en el contexto universitario, en el presente trabajo se pretende analizar la creatividad en los estudiantes universitarios y su relación con los estilos de personalidad. Los objetivos propuestos son:

1. Identificar el perfil creativo específico de los estudiantes universitarios de psicología y logopedia.
2. Analizar las relaciones entre la personalidad y el rendimiento creativo de estos estudiantes.

Este trabajo forma parte de un estudio más extenso cuyo propósito es el estudio de la creatividad en el contexto universitario y su relación con variables demográficas, personales y contextuales.

Método

Participantes

La muestra está formada por 86 universitarios; el 50% son estudiantes de Logopedia de 1º y 2º curso, y el 50% estudiantes de Psicología de 1er curso. La media de edad es de 22 años (D.T.: 6.13), con un rango de 17 a 46 años. El 15.1% son varones y el 84.9% son mujeres; la muestra de

psicología con 32 mujeres y 11 hombres, y la de logopedia con 41 mujeres y sólo 2 hombres.

Instrumentos

- *Millon Index of Personality Styles* (MIPS; Millon, 1994): Inventario de Estilos de Personalidad de Millon (MIPS; Millon, EE.UU., 1994), adaptado y validado para su uso en población española por Sánchez-López, Díaz y Aparicio (2001). Este instrumento ofrece una medida de los estilos de personalidad organizada según tres dimensiones principales: *Metas Motivacionales, Modos Cognitivos y Comportamientos Interpersonales*, con un total de 24 escalas de estilos, el Índice de Ajuste, más tres índices de control de validez. Las escalas están organizadas en bipolaridades, es decir, 12 pares de escalas que definen opuestos desde el punto de vista teórico, aunque no en el sentido psicométrico, ya que cada escala se construyó para ser medida independientemente de su opuesta. El cuestionario consta de 180 elementos de tipo verdadero/falso y fue diseñado para medir los estilos de personalidad de adultos normales entre 18 y 65 años de edad. La fiabilidad de las escalas en la población española universitaria (fiabilidad promedio de .71) fue similar a la fiabilidad de las muestras obtenidas en los Estados Unidos (véase Millon, 2001).

- *CREA: Inteligencia Creativa. Una medida cognitiva de la creatividad* (Corbalán, Martínez, Alonso, Donolo, Tejerina y Limiñana, 2003). Prueba que tiene como finalidad la apreciación de la inteligencia creativa a través de una evaluación cognitiva de la creatividad individual según el indicador de generación de cuestiones, en el contexto teórico de búsqueda y solución de problemas. Consta de tres láminas (dos de ellas para adultos) a partir de las que el sujeto tiene que generar todo tipo de cuestiones que le sugieran los dibujos. El CREA cumple con los estándares básicos de fiabilidad y validez exigibles a una prueba psicológica (la fiabilidad estimada para las formas A y B es de .87). Para esta muestra se han utilizado dos láminas: el CREA A y B, para adultos.

Análisis de datos

Los diferentes análisis de datos se han realizado utilizando el programa estadístico SPSS (v 17.0). Se realiza la prueba de Kolmogorov-Smirnov para comprobar la normalidad de las variables de creatividad y las variables de personalidad en cada grupo. Para la comparación de medias se han utilizado la *t* de student y el análisis de varianza univariado (ANOVA). Antes de realizar el ANOVA se verificaron los supuestos de normalidad y homogeneidad de las varianzas (Levene's test). Se calcularon también el índice de tamaño del efecto mediante el estadístico *d* propuesto por Cohen (1977, 1988). Las relaciones lineales significativas entre las variables se han analizado mediante el coeficiente de correlación de Pearson.

Resultados

En la muestra de estudiantes de psicología y logopedia no se han hallado diferencias estadísticamente significativas de sexo en el CREA A ($t(84)=-1.61, p=.112$), ni en el CREA B ($t(84)=-1.57, p=.12$), ni en la media de ambas formas ($t(84)=-1.68, p=.098$). Tampoco se han encontrado relaciones significativas entre el rendimiento creativo y la edad. Sin embargo, al separar las muestras de estudiantes, si encontramos una relación significativa, en la muestra de logopedia, entre la variable edad y las láminas A ($r=-.339$) y B ($r=-.349$) del CREA, las dos en sentido negativo: a mayor edad resultados más bajos en creatividad.

Para identificar perfiles creativos en estos estudiantes, analizamos los tres niveles de creatividad (bajo, medio y alto) propuestos por los autores del CREA (Corbalán et al., 2003), utilizando para ello el valor promedio de los resultados en las formas A y B. Según los baremos del CREA, la media de cada grupo se ha situado aproximadamente en los centiles 15, 50 y 80, para el grupo de baja, media y alta creatividad, respectivamente. En la tabla 1 se muestran los estadísticos descriptivos para cada grupo en las láminas A, B y la media de ambas.

Tabla 1: Grupos CREA: Medias y desviaciones típicas.

	CREA 1 (N= 28)		CREA 2 (N=41)		CREA 3 (N =17)	
	M	SD	M	SD	M	SD
CREA A	9.79	1.99	15.59	2.07	21.18	4.13
CREA B	9.39	2.53	14.73	2.33	20.24	3.31
CREA Media	9.59	1.92	15.16	1.57	20.71	3.26

Nota: * $p \leq .05$. ** $p \leq .01$. *** $p \leq .001$

Los valores medios obtenidos de los índices de control del MIPS indican que, en general, los estudiantes no han intentado dar una imagen demasiado positiva (I.P.= 2.65; SD = 1.75) o demasiado negativa de sí mismos (I.N.= 3.45; SD = 2.17), y han sido consistentes al responder al cuestionario de personalidad (C = 3.5; SD = 1.06).

En las Tablas 2, 3 y 4 se muestran los resultados del contraste de medias con los valores normativos del MIPS en las escalas de personalidad, para los tres grupos de creatividad. Se han encontrado diferencias estadísticamente significativas con respecto a la población universitaria española en los tres grupos. Para el grupo de baja creatividad, en tres escalas: *Individualidad* en sentido negativo, y *Protección* y *Sentimiento* en sentido positivo, es decir, muestran mayor tendencia a la protección (motivados a satisfacer primero a los demás) que a la promoción de sí mismos; y mayor tendencia a formar sus juicios a partir de sus propias reacciones afectivas. Si tenemos en cuenta las recomendaciones de Cohen (1988) sobre el tamaño del efecto, se puede observar que la magnitud de estas diferencias para las escalas mencionadas es moderada.

Tabla 2: GRUPO CREA 1: Diferencias de medias y valores t por grupo.

Escalas MIPS	GRUPO 1. Baja Creatividad			
	M	SD	t(27)	d
Metas Motivacionales				
1.A. <i>Expansión</i>	21.82	8.11	-7	
1.B. <i>Preservación</i>	19.72	11.64	.5	
2.A. <i>Modificación</i>	23.57	9.83	-1.3	
2.B. <i>Adecuación</i>	23.36	10.91	.7	
3.A. <i>Individualidad</i>	15.50	8.17	-2.1*	.3
3.B. <i>Protección</i>	31.79	7.35	2.0*	.4
Modos Cognitivos				
4.A. <i>Extraversión</i>	26.86	9.28	.2	
4.B. <i>Introversión</i>	11.39	7.41	.2	
5.A. <i>Sensación</i>	15.00	6.65	-4	
5.B. <i>Intuición</i>	25.93	6.58	2.0	
6.A. <i>Pensamiento</i>	14.46	6.88	-1.8	
6.B. <i>Sentimiento</i>	32.89	6.76	3.2**	.5
7.A. <i>Sistematización</i>	30.79	11.26	-5	
7.B. <i>Innovación</i>	27.46	7.74	.1	
Relaciones Interpersonales				
8.A. <i>Retraimiento</i>	16.92	8.38	-0	
8.B. <i>Sociabilidad</i>	31.04	9.86	-9	
9.A. <i>Indecisión</i>	20.64	12.30	.9	
9.B. <i>Decisión</i>	28.89	10.87	-0.1	
10.A. <i>Discrepancia</i>	21.68	8.82	-3	
10.B. <i>Conformismo</i>	33.50	10.78	-3	
11.A. <i>Sumisión</i>	18.68	7.10	1.3	
11.B. <i>Domínio</i>	20.46	6.48	-1.4	
12.A. <i>Descontento</i>	21.82	8.11	-8	
12.B. <i>Aquiescencia</i>	19.72	11.64	1.6	
<i>Índice de ajuste (iaj,t)</i>	46.07	15.94	-1.3	

Nota: * $p \leq .05$. ** $p \leq .01$. *** $p \leq .001$

Para el grupo de creatividad media (Tabla 3), se obtienen resultados estadísticamente significativos en 8 escalas: en *Individualidad* y *Protección*, en *Sensación*, en *Sistematización* e *Innovación*, en *Discrepancia* y *Conformismo*, y en la de *Aquiescencia*. Este grupo destacaría pues por su estilo claramente protector en la dimensión motivacional; por su estilo cognitivo reflexivo, sistemático y con preferencia por la información concreta y tangible; y un estilo interpersonal caracterizado por una actitud respetuosa, tolerante, cooperadora y afable.

El grupo de alta creatividad (Tabla 4), obtiene resultados estadísticamente significativos en seis escalas: *Individualidad* y *Protección*, *Extraversión*, *Sentimiento*, *Sociabilidad* y *Conformismo*. Los estudiantes del grupo de alta creatividad muestran también un estilo más protector que la media; en la dimensión cognitiva son extravertidos y más centrados en el sentimiento, y en la dimensión interpersonal son más sociables, respetuosos y tolerantes que la media normativa.

Los resultados del ANOVA señalan diferencias estadísticamente significativas entre los tres grupos en las escalas de *Sensación* ($F(2,83)= 3.750, p=.028$), *Pensamiento* ($F(2,83)= 3.802, p=.026$); y *Conformismo* ($F(2,83)= 3.751, p=.028$). En la escala de *Sensación* los estudiantes del grupo 2 obtiene resultados significativamente más altos que los del grupo 1 ($t(67)= -2.33, p=.023, d=-.57$); los estudiantes del grupo 3 (alta creatividad) son los que muestran los valores más bajos, aunque las diferencias no son estadísticamente significativas.

Es también el grupo 2, el que obtiene resultados significativamente más altos que el grupo 1 en las escalas de *Pensamiento* ($t(67)=-2.49$, $p=.015$, $d=-.61$) y *Conformismo* ($t(67)=-2.62$, $p=.011$, $d=-.64$), mientras que el grupo 3 se mantiene en valores intermedios cuya diferencia con los valores de los dos grupos restantes no es estadísticamente significativa.

Tabla 3: GRUPO CREA 2: Diferencias de medias y valores t por grupo.

Escalas MIPS	GRUPO 2. Creatividad Media			
	M	SD	t(40)	d
Metas Motivacionales				
1.A. <i>Expansión</i>	24.54	8.19	1.3	
1.B. <i>Preservación</i>	16.37	10.84	-1.3	
2.A. <i>Modificación</i>	26.63	7.75	0.5	
2.B. <i>Adecuación</i>	21.83	8.75	-1	
3.A. <i>Individualidad</i>	16.29	7.16	-2.2*	.3
3.B. <i>Protección</i>	32.12	5.70	3.5**	.6
Modos Cognitivos				
4.A. <i>Extraversión</i>	28.05	8.08	1.2	
4.B. <i>Introversión</i>	9.46	6.96	-1.6	
5.A. <i>Sensación</i>	18.49	5.69	3.4**	.5
5.B. <i>Intuición</i>	21.83	8.41	-1.3	
6.A. <i>Pensamiento</i>	18.95	7.64	1.8	
6.B. <i>Sentimiento</i>	29.51	7.43	.6	
7.A. <i>Sistematización</i>	36.90	11.27	2.9**	.4
7.B. <i>Innovación</i>	24.24	9.12	-2.1*	.3
Relaciones Interpersonales				
8.A. <i>Retraimiento</i>	17.54	8.72	.4	
8.B. <i>Sociabilidad</i>	33.10	8.35	.4	
9.A. <i>Indecisión</i>	16.98	11.49	-.8	
9.B. <i>Decisión</i>	31.95	9.28	.7	
10.A. <i>Discrepancia</i>	19.37	8.93	-2.1*	.3
10.B. <i>Conformismo</i>	39.22	7.39	4.4***	.5
11.A. <i>Sumisión</i>	16.93	8.11	-.1	
11.B. <i>Dominio</i>	21.22	6.94	-.8	
12.A. <i>Descontento</i>	21.54	10.41	-1.4	
12.B. <i>Aquiescencia</i>	39.24	7.95	3.3**	.4
<i>Índice de ajuste (iaj.t)</i>	51.46	15.09	.6	

Nota: * $p \leq .05$. ** $p \leq .01$. *** $p \leq .001$

A través de la correlación de Pearson, entre las puntuaciones en creatividad y las obtenidas en las escalas del MIPS, hemos podido constatar relaciones significativas que pueden orientar la interpretación de los resultados encontrados en personalidad en los grupos creativos. Se han encontrado relaciones significativas entre el CREA A y la escala de *Modificación* ($r=.26$, $p=.018$) y *Sociabilidad* ($r=.237$, $p=.028$); y entre el CREA B y las escalas de *Extraversión* ($r=.23$, $p=.033$), *Intuición* ($r=-.253$, $p=.019$), *Sociabilidad* ($r=.242$, $p=.025$), y *Conformismo* ($r=.234$, $p=.035$).

Discusión y Conclusiones

Las diferencias encontradas en este estudio sugieren la existencia de perfiles diferenciales de personalidad y de comportamiento creativo para los estudiantes de Psicología y Logopedia. Estos resultados, pueden explicar y ampliar los clásicos estudios de personalidad en creatividad, proponiendo un nuevo modelo multidimensional de personalidad desde el

cual matizar los hallazgos que hasta la fecha corroboran la participación de variables de personalidad en el acto creativo.

Tabla 4: GRUPO CREA 3: Diferencias de medias y valores t por grupo.

Escalas MIPS	GRUPO 3. Alta Creatividad			
	M	SD	t(16)	d
Metas Motivacionales				
1.A. <i>Expansión</i>	23.71	6.75	.5	
1.B. <i>Preservación</i>	19.24	9.03	.3	
2.A. <i>Modificación</i>	28.53	7.75	1.4	
2.B. <i>Adecuación</i>	21.53	8.85	-.2	
3.A. <i>Individualidad</i>	13.88	7.72	-2.6*	.6
3.B. <i>Protección</i>	34.94	6.44	3.8**	.7
Modos Cognitivos				
4.A. <i>Extraversión</i>	31.06	5.87	3.2**	.5
4.B. <i>Introversión</i>	8.94	5.97	-1.5	
5.A. <i>Sensación</i>	14.88	5.44	-.5	
5.B. <i>Intuición</i>	23.18	6.03	-.2	
6.A. <i>Pensamiento</i>	15.29	5.86	-1.0	
6.B. <i>Sentimiento</i>	33.00	6.57	2.6**	.5
7.A. <i>Sistematización</i>	36.24	9.58	1.9	
7.B. <i>Innovación</i>	26.88	5.53	-.3	
Relaciones Interpersonales				
8.A. <i>Retraimiento</i>	13.53	7.04	-2.0	
8.B. <i>Sociabilidad</i>	37.24	8.00	2.4*	.4
9.A. <i>Indecisión</i>	17.59	9.87	-.4	
9.B. <i>Decisión</i>	32.47	8.48	.7	
10.A. <i>Discrepancia</i>	18.94	8.57	-1.6	
10.B. <i>Conformismo</i>	37.94	7.36	2.1*	.4
11.A. <i>Sumisión</i>	17.24	8.27	.1	
11.B. <i>Dominio</i>	21.12	7.11	-.6	
12.A. <i>Descontento</i>	20.65	7.57	-1.7	
12.B. <i>Aquiescencia</i>	39.18	8.92	1.8	
<i>Índice de ajuste (iaj.t)</i>	51.53	12.46	.5	

Nota: * $p \leq .05$. ** $p \leq .01$. *** $p \leq .001$

Con respecto a la edad, las diferencias encontradas en creatividad, en la muestra de estudiantes de logopedia, corroboran los hallazgos de otros estudios similares (Martínez y López, 2008). En este sentido, el empleo de estrategias cognitivas más convergentes y pautas sociales más rígidas e inhibitorias asociadas a la adultez podría ser una explicación para estos resultados, aunque no explicaría la ausencia de esta relación en la muestra de psicología, existiendo prácticamente la misma distribución de edad que en el grupo de estudiantes de logopedia, lo cual sugiere la participación de variables contextuales y/o personales más específicas relacionadas con estos grupos.

En general, los estudiantes de esta muestra que obtienen un rendimiento alto en creatividad presentan, con respecto a la media normativa, un estilo de personalidad que se caracteriza, en la dimensión motivacional, por buscar satisfacer primero sus necesidades de vínculo y necesidades sociales; para ello crean relaciones profundas y se preocupan de los demás por encima incluso de sus propias necesidades. En la dimensión cognitiva son extravertidos, es decir caracterizados por una actitud cognitiva general de apertura y disponibilidad orientada hacia el exterior; y muestran tendencia a

procesar la información mediante la resonancia empática, las emociones y los valores personales, mostrando mayor introspección y valoración subjetiva de las experiencias. En la dimensión interpersonal muestran una mayor sociabilidad; según Millon (2001) las personas que puntúan alto en sociabilidad presentan rasgos similares a la personalidad histriónica del DSM, lo que les hace más emprendedores, locuaces, socialmente hábiles, a veces intensos y cambiantes, y fácilmente excitables; y, por último, muestran mayor conformismo, presentando un comportamiento de respeto y tolerancia con la autoridad.

Un aspecto distintivo a destacar cuando se compara la personalidad del grupo de alto rendimiento en creatividad, con los grupos de rendimiento medio y bajo, es la mayor orientación cognitiva de estos últimos a la información concreta real y fácilmente identificable por los sentidos, lo que identifica un funcionamiento cognitivo de naturaleza más pragmática que el grupo de alto rendimiento creativo.

En relación con las características que tradicionalmente se han considerado vinculadas al comportamiento creativo, los hallazgos de esta investigación confirman algunas de ellas, como la apertura y la mayor sensibilidad. En la dimensión motivacional, salvo la mayor orientación a satisfacer las necesidades de los demás por encima de las propias, no se han encontrado tampoco aspectos motivacionales relevantes, a diferencia de lo planteado desde perspectivas psicológicas (Thurstone, 1952) o más cognitivistas (Hayes, 1989). Sin embargo, en la línea con estudios previos que explican el comportamiento creativo como un estilo cognitivo específico (Alonso y Corbalán, 1985; Corbalán, 1992), se ha identificado un estilo cognitivo relacionado con el alto rendimiento creativo: la extraversión, entendida ésta no como una orientación social, sino como una orientación cognitiva que indica que la atención y los intereses de la persona se dirigen hacia el exterior (Jung, 1921, 1971; Millon, 2001).

Referencias

- Almansa, P. y López Martínez, O. (2008). Perfil creativo de un grupo de estudiantes de enfermería. *Enfermería Global*, 13. En <http://revistas.um.es/eglobal/article/view/18131/18961> (obtenido 22-2-2009).
- Alonso Monreal, C. y Corbalán Berná, F. J. (1985). Percepción visual y auditiva, y comportamientos creativos. *Anales de Psicología*, 2, 5-17
- Amabile, Teresa M., Brandeis U. (1982). Social psychology of creativity: A consensual assessment technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43(5), 997-1013.
- Amabile, T. (1996). *Creativity in context*. Colorado: Westview Press.
- Batey, M., y Furnham, A. (2006). Creativity, intelligence, and personality: A critical review of the scattered literature. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, 132, 355-429.
- Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*, Revised Edition. New York: Academic Press.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioural sciences*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Corbalán Berná, F. J. (1992). Creativity as Cognitive Style. A Summary Report of An Empirical Investigation. *Journal of Creative Behavior*, 26 (3), 163-164.
- Corbalán, F.J., Martínez, F., Alonso, C., Donolo, D., Tejerina, M., Limiñana, R.M. (2003). *CREA. Inteligencia creativa. Una medida cognitiva de la creatividad*. Madrid: TEA ediciones.
- Costa, P. T., y McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI) professional manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Csikszentmihalyi, M. (1998). *Creatividad. El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. Barcelona: Paidós.
- Esteve Mon, F. (2008). *Análisis del estado de la creatividad de los estudiantes universitarios*. Universitat de Girona. Junio 08.
- Feist, G. J., & Barron, F. X. (2003). Predicting creativity from early to late adulthood: Intellect, potential, and personality. *Journal of Research in Personality*, 37, 62-88.
- George, J., y Zhou, J. (2001). When openness to experience and conscientiousness are related to creative behavior: An interactional approach. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 513-524
- Hayes, J. R. (1989) Cognitive processes in Creativity. En J.A. Glover, R.R. Ronning y C.R. Reynolds (Eds.), *Handbook of Creativity*. New York: Plenum Press.
- Jung, C.G. ([1921] 1971). *Psychological types. Collected Works, Volume 6*, Princeton, N.J.: Princeton University Press.

En la dimensión interpersonal, el hallazgo de un estilo sociable relacionado con alta creatividad corrobora recientes estudios de personalidad en los que los aspectos sociales de la extraversión como la confianza, la asertividad y las habilidades predicen un mejor rendimiento en creatividad, aunque no un comportamiento gregario (Batey y Furnham, 2006; Feist y Barron, 2003)

La presencia en estos estudiantes creativos de una alta sociabilidad, junto a un estilo disciplinado y respetuoso con las normas y con la autoridad, se aleja del mito creativo introvertido trasgresor e inconformista, y quizás nos acerca a un perfil creativo, en el que los aspectos de apertura, sociabilidad y vinculación afectiva están relacionados con la producción creativa y el pensamiento divergente en el contexto académico.

Por último, las relaciones encontradas entre personalidad y rendimiento creativo en las formas A y B del CREA, también pueden estar apuntando a aspectos propios del mismo relacionados con los distintos contenidos de las láminas, existiendo una relación importante entre las dimensiones sociales y de comprensión de las relaciones con una mayor o menor productividad en la lámina B. Futuros trabajos podrán aportar mayor información sobre los contenidos emocionales de las formas A y B y la relación entre el rendimiento creativo y la personalidad en cada una de ellas.

En definitiva, este trabajo, ha pretendido aportar nuevas hipótesis sobre las relaciones de la personalidad y la creatividad en el ámbito académico. Si bien no podemos hablar de rasgos de personalidad capaces de predecir el comportamiento creativo, sí nos hemos aproximado a un perfil creativo en los estudiantes participantes, corroborando la importancia de la personalidad en el proceso creador, y su papel como factor de inhibición o facilitador del potencial creativo de los alumnos en el contexto académico.

- Kaufman, J.C. y Kaufman, A.B. (2004). Applying a creativity framework to animal cognition. *New Ideas in Psychology*, 22, 143–155
- Limiñana Gras, R., Corbalán Berná, F. J. y Sánchez-López, M. P. (2009). Thinking styles and coping when caring for a child with severe spina bifida. *Journal of Developmental and Physical Disabilities*, 19(2), 125–134.
- Limiñana Gras, R.M. (2008) Cuando crear es algo más que un juego: Creatividad, Fantasía e Imaginación en los jóvenes. *Cuadernos. Revista de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales*, 35, 39-43. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Universidad de Jujuy (Argentina)
- Limiñana, R. M., Corbalán, F. J., y Patró, R. (2007). Afrontamiento y adaptación psicológica en padres deniños con fisura palatina. *Anales de Psicología*, 23(2), 201–206.
- Martínez, P y López, O. (2008). Perfil creativo de un grupo de estudiantes de enfermería. *Enfermería Global*, 13. En <http://revistas.um.es/eglobal/article/view/18131/18961> (obtenido 22-11-2009).
- Millon, T. (1994). *Millon Index of Personality Styles, Manual*. San Antonio: The Psychological Corporation.
- Millon, T. (2001). *Inventario de Estilos de Personalidad de Millon, Manual*. [Millon Index of Personality Styles, Manual]. Adaptación de M.P. Sánchez-López, J.F. Díaz-Morales y M.E. Aparicio-García. Madrid: TEA Ediciones.
- Millon, T. (2004). *Millon Index of Personality Styles, Manual Revised*. Minneapolis: Pearson Assessments.
- Prieto, M. D., López, O., Ferrándiz, C.y Bermejo, M. R. (2003). Adaptación de la prueba figurativa del Test de Pensamiento Creativo de Torrance en una muestra de los primeros niveles educativos. *Revista de Investigación Educativa*, 21, 201–213.
- Prieto, M. D., Bermejo, M. R., Hervás, R. M. (1997). Creatividad, procesos de insight y solución de problemas: Un modelo de mejora cognitiva para atender a la diversidad del superdotado. En M.D. Prieto Sánchez (Ed.), *Identificación, evaluación y atención a la diversidad del superdotado* (pp. 169-173). Málaga: Aljibe.
- Rinaudo, M.C. y Donolo, D (2008) El proyecto, su contexto y la investigación. En Rinaudo, M. C. y D. Donolo (Eds.), *Motivación. Aportes para su estudio en contextos académicos*. Río Cuarto, Argentina: Editorial de la Fundación de la Universidad Nacional de Río Cuarto.
- Stafford, L., Ng, W., Moore, R., y Bard, K. (2010). Bolder, happier, smarter: The role of extraversion in positive mood and cognition. *Personality and Individual Differences*, 48(7), 827-832
- Sternberg, R.J. y Lubart, T.I. (1993). Creative Giftedness: A Multivariate Investment Approach. *Gifted Child Quarterly*, 37(1), 7–15.
- Thurstone, L.L. (1952) Creative Talent. En L.L. Thurstone (Ed.), *Applications of Psychology*. New York: Harper.
- Torrance, E. (1988). The nature of creativity as manifest in its testing. En R. J. Sternberg (Ed.). *The nature of creativity: contemporary psychological perspectives* (pp. 99-121). Nueva York: Cambridge University Press.
- Treffinger, D.J., Feldhusen, J.F. y Isaksen, S.G. (1990). Organization and Structure of Productive Thinking. *Creative Learning Today*, 4(2), 6–8.
- Urban, K.K. (1990). Recent Trends in Creativity Research and Theory in Western Europe. *European Journal for High Ability*, 1, 99–113.
- Urban, K.K. (1995). Different Models in Describing, Exploring, Explaining and Nurturing Creativity in Society. *European Journal for High Ability*, 6, 143–159.

(Artículo recibido: 5-4-2010; revisado: 19-4-2010; aceptado: 26-4-2010)