

## Estilos de pensamiento y creatividad

Olivia López Martínez\* y Ramón Martín Brufau

Universidad de Murcia

**Resumen:** La Teoría del Autogobierno Mental de Sternberg ha relacionado diferentes estilos de pensamiento (legislativo, ejecutivo y judicial) con la creatividad (Sternberg, 1999). El objetivo general de este trabajo es explorar la relación existente entre los estilos de pensamiento y la creatividad. El Cuestionario de Estilos de Pensamiento (TSP) de Sternberg y Wagner y el Test de Inteligencia Creativa (CREA) de Corbalán y colaboradores fue administrada a una muestra total de 237 alumnos, pertenecientes a la Facultad de Psicología y de Educación de la Universidad de Murcia (España) que cursan 2º y de 1º de carrera respectivamente. La investigación se llevó a cabo a través de un análisis de comparación de medias entre los estudiantes más creativos (situados sobre una desviación típica por encima de la media en creatividad) y de creatividad media y baja. Los resultados arrojan diferencias de medias entre los alumnos más creativos indicando una mayor tendencia a utilizar el estilo de pensamiento legislativo en individuos creativos lo que coincide con la teoría del autogobierno mental de Sternberg. Con todo ello podemos decir que el CREA resulta un buen instrumento para discriminar aquellos sujetos con altas capacidades creativas.

**Palabras clave:** Creatividad; estilos de pensamiento; educación; psicología.

**Title:** Creative intelligence and thinking styles.

**Abstract:** The thinking styles (legislative, executive and judicial styles) and creativity had been put in relation in the Sternberg's theory of Mental Self-Government. The general objective of this work is to explore the relationship between thinking styles and creativity in students of the faculty of Psychology and Education. The Sternberg-Wagner Thinking Styles Inventory and the test of Corbalán (CREA) were administered in a sample composed by 237 students. The research was conducted with a mean difference analysis between the most creative subjects (using one standard deviation over the mean as the cutpoint to identify the most creative subjects) and the medium and low creativity persons. Mean differences in the use of the legislative style between the high creative students and the rest were founded. This results indicate that the high creativity students prefer the legislative styles. The data founded here suggests that the CREA seems to be a good instrument to discriminate those subjects with high creativity capacities.

**Key words:** Creativity; thinking styles; education; psychology.

### Introducción

La creatividad es "algo" que todos tenemos en diferente medida, no es un calificativo fijo, se puede desarrollar en distintos grados. Se puede encontrar a la creatividad en todas las tareas de la humanidad, no sólo en las artes; esto es identificable cuando la gente intenta hacer las cosas de una manera diferente, cuando aceptan los retos para solucionar problemas que afectan directamente su vida (López Martínez, 2001). Es interesante estudiar la creatividad en las personas altamente creativas; pero realmente nuestra atención debe estar en el estudio y propuesta de desarrollo de todos nuestros alumnos, ya que son la realidad que tendrá la responsabilidad de manejar este país en un futuro próximo (López Martínez y Navarro, 2010).

La creatividad es necesaria en todas las actividades educativas, porque permite el desarrollo de aspectos cognoscitivos y afectivos importantes para el desempeño productivo. Ante este panorama su incorporación a las aulas representa la posibilidad de tener en el recurso humano el agente de cambio capaz de enfrentar los retos de una manera diferente y audaz; esta meta es un reclamo de la sociedad a la escuela como institución formadora de individuos.

Queremos alumnos que sean pensadores, investigadores e innovadores; no sólo aprendices, memorizadores e imitadores; no repetidores del pasado, sino productores de nuevos conocimientos; no sólo basados en lo que se ha escrito, sino alertas a encontrar lo que aún no se ha escrito; que no

sean capaces únicamente de ajustarse al medio, sino que lo ajusten a ellos; no sólo productores de escritos de imitación, sino de artículos creativos; no sólo ejecutantes de alta calidad, también compositores y creadores de nuevos patrones.

Todos los educadores quieren que sus alumnos al finalizar el curso puedan ser capaces de generar ideas creativas, necesitamos que todos nuestros alumnos sean creativos, por qué pensar que sólo algunos de ellos puedan enriquecer su nivel de creatividad cuando los tiempos actuales requieren de personas capaces de transformar las condiciones existentes actualmente (Sevilla y López Martínez, 2009).

La creatividad, en la mayoría de las ocasiones, es tenida en cuenta como una cualidad que sólo posee determinado tipo de personas y no como un potencial que si bien no se ha desarrollado, existe en todos los seres humanos (Donolo y Elisondo, 2007). Sternberg considera que la creatividad, como la inteligencia, es algo que cualquiera posee en mayor o menor medida, que no es un calificativo fijo sino por el contrario es un talento que cada uno puede desarrollar en grados variables; es una habilidad innata del ser humano que, además puede desarrollarse a través de la práctica diaria (Almansa, 2007; Almansa y López Martínez, 2010).

Para Sternberg (1997) la creatividad es el futuro. Las ideas puestas en práctica son el futuro. El progreso es una sucesión de ideas puestas en práctica y apiladas una sobre otra. Es un valor en alza, el resorte que impulsa los saltos tecnológicos, culturales, financieros, intelectuales y los personales.

\* **Dirección para correspondencia [Correspondence address]:** Olivia López Martínez. Dept. de Psicología Evolutiva y de la Educación. Facultad de Psicología. Universidad de Murcia, Campus de Espinardo s/n. 30100 Murcia (España). E-mail: [liminana@um.es](mailto:liminana@um.es)

## Marco teórico

Desde el modelo del proceso creativo conocido como "teoría de la inversión" y propuesto por Sternberg y Lubart (1997) se sostiene que para llevar a cabo cualquier tipo de inversión, incluida la creativa, el individuo tiene que "comprar a la baja y vender al alza". Así, las mayores contribuciones creativas generalmente pueden hacerse en áreas con ideas que en un momento dado están infravaloradas. Quizás porque la gente aún no se ha dado cuenta de su importancia, y por tanto presentan un gran potencial para que puedan contribuir a producir avances significativos:

Una teoría de la creatividad necesita dar razón de cómo se pueden generar o reconocer ideas infravaloradas. Debe también especificar quién irá realmente en busca de dichas ideas, en lugar de unirse a la muchedumbre, haciendo así contribuciones valiosas que de otra forma sería improbable que se presentaran en nuestra forma habitual de pensar. Una teoría así nos permitirá a nosotros y a nuestros hijos invertir en un futuro creativo (Sternberg y Lubart, 1997).

Para llegar a ser creativos debemos: generar las opciones en las que los demás no piensan, y reconocer cuáles son las buenas (inteligencia); saber qué han hecho los demás en nuestro campo de trabajo, de modo que sepamos qué no han hecho o qué no han pensado todavía hacer (conocimiento); tiene que gustarnos pensar y actuar de un modo creativo e ir contra la corriente, así como ver el bosque sin perder los árboles de vista en nuestro empeño creativo (estilos de pensamiento); tener la voluntad de asumir riesgos y superar los obstáculos a los que se enfrentan quienes compran a la baja y venden al alza, y seguir haciéndolo a lo largo de toda nuestra vida (personalidad); no sólo nos tiene que gustar actuar y pensar contra la corriente, sino que hemos de querer empujarnos a hacerlo en lugar de limitarnos sólo a pensarlo (motivación); y trabajar en un empleo, vivir en un país, o estar en relación con otros que nos permitan hacer todas estas cosas (entorno) (Sternberg y Lubart, 1997; Sternberg, 2002).

En relación a los recursos de la creatividad, esta teoría propone que la creatividad implica seis recursos: procesos intelectuales, conocimiento, *estilo cognitivo o de pensamiento*, personalidad, motivación y contexto ambiental, siendo la realización creativa el resultado de la confluencia de estos distintos elementos. El objetivo de esta teoría es comprender de un modo integrador las bases de la creatividad. Aunque se acepta que la creatividad puede aparecer en la vida cotidiana se considera que la creatividad verdadera aparece raramente, en parte debido a que las personas no están dispuestas a invertir en ella, y porque muchas recursos deben converger para generarla.

Los estilos de pensamiento utilizados en el presente trabajo, provienen de la *Teoría del autogobierno mental* (Sternberg, 1990), que describe como las personas pueden elegir la canalización de su pensamiento. Esta teoría, parte del supuesto de que los tipos de gobiernos que hay en el mundo son reflejos de la mente, que representan diferentes pautas en que las

personas se pueden organizar a sí mismas. La idea básica de esta teoría es que, así como son necesarios los gobiernos para dirigir los diferentes países, las personas necesitan gobernarse a sí mismas. Si bien determinados tipos de gobierno alientan activamente y permiten el pensamiento creativo, otras reprimen ese tipo de pensamiento. Del mismo modo, los estilos de pensamiento de las personas pueden tanto fomentar como desaprobar la creatividad.

Los estilos de pensamiento son los modos en que las personas prefieren utilizar las capacidades intelectuales de que dispone. Se pueden identificar tres estilos de pensamiento: el ejecutivo, el legislativo y el judicial (haciendo similitud con los poderes del gobierno). Los estilos definen los enfoques como se abordan los problemas y también hay algunos que fomentan más que otros el desarrollo de la creatividad; por ejemplo, el estilo legislativo tiene que ver más con el diseño de situaciones, con la iniciativa y el reto de abordar problemas que no están acabados, con proponer estrategias audaces o no convencionales, mientras que los otros estilos de pensamiento están más asociados a cuestiones lineales y convencionales. Las personas que no son legislativas prefieren saber exactamente qué tienen que hacer y cómo lo tienen que hacer, no les agradan las ambigüedades, no toleran las consignas abiertas de trabajo y se sienten incomodas al salirse de las reglas.

Los estilos de pensamiento nos resultan importantes en la medida en que podamos identificar cuál de ellos es el que más elementos aporta al desarrollo de la creatividad, cuál de ellos tenemos que incorporar con mayor frecuencia a nuestras aulas; aunque es una situación de preferencia, los estilos pueden enseñarse y pueden aspirar a mayores y mejores formas de funcionamiento en diferentes tareas. En el caso de la creatividad, el estilo legislativo es el que se debe practicar más en las aulas, los docentes debemos conocer y emplear las acciones que caracterizan a este estilo de pensamiento.

Existen otros estilos de pensamiento analizados por Sternberg y Lubart que tienen que ver con la forma de organizar las ideas por parte de los individuos; estos son el estilo monárquico, el jerárquico, el oligárquico y el anárquico. Estas diversas maneras de organización del pensamiento son las más comunes. En el caso de la creatividad, el estilo monárquico es el que aparece con mayor frecuencia en los sujetos altamente creativos como Picasso, Freud, Einstein, entre otros; quienes se caracterizan por ser enérgicos, prefieren terminar una tarea antes de iniciar otra, les gusta dedicar todo el tiempo a un solo proyecto sin distraerse.

Frecuentemente se plantean problemas a los estudiantes proponiendo que trabajen en marcos teóricos existentes que ahogan el ejercicio y desarrollo de procesos intelectuales creativos y el estilo legislativo de expresión de la inteligencia. En la escuela con frecuencia se estimula y gratifica el estilo ejecutivo en el que el estudiante hace exactamente lo que se ha pedido que haga. Además, el énfasis en problemas convergentes bien definidos favorece también el desarrollo de un estilo local y conservativo. Los autores subrayan la importancia de potenciar

un estilo cognitivo progresivo, con tendencia a orientarse a lo nuevo, al cambio y la innovación.

En definitiva, Sternberg y Lubart (1991) destacaron tres estilos característicos de las personas creativas: legislativo, que implica guiarse por las propias reglas, procedimientos o ideas (inventores, descubridores); global-local, ya que ambos pueden ser beneficiosos para la creatividad, dependiendo del tipo de tarea o del estado de trabajo en la tarea; y progresivo, con tendencia a orientarse a lo nuevo, al cambio y la innovación.

## Método

### Participantes

La muestra estuvo compuesta por 237 estudiantes de las carreras de Psicología y Grado de Maestro de Educación Primaria. La edad media de la muestra fue de 21 años y la distribución por sexo fue de 171 mujeres (73.1%) y 66 hombres (26.9 %).

### Instrumentos

Para medir la creatividad, se aplicó el test "CREA. inteligencia creativa" (Corbalán et al., 2003). El CREA es una medida cognitiva de la creatividad a través de la generación de preguntas. Utiliza como procedimiento para la medida de creatividad, la capacidad del sujeto para elaborar preguntas a partir de un material gráfico suministrado. La utilización de las preguntas para medir la creatividad es un procedimiento nuevo, distinto a los utilizados en otros test, aunque resulta evidente la relación dada entre ambas capacidades, como ha sido puesto de manifiesto por numerosos estudiosos del tema. La prueba se puede aplicar tanto individual como colectivamente, siendo el tiempo de duración necesario entre 10 y 20 minutos.

El CREA proporciona una puntuación directa (PD) que debe ser consultada en los baremos correspondientes para obtener una puntuación centil (PC) que posteriormente es interpretada. A tal fin los autores presentan una tabla de criterios interpretativos generales sobre las características creativas de sujetos, basados en los percentiles y agrupados según la puntuación obtenida en la prueba respectiva como creatividad alta, media y baja. Por ejemplo, en la posición alta se indica que los sujetos tienen excelentes posibilidades para desarrollar tareas de innovación y producción creativa (López Martínez y Navarro, 2008). Según los autores, el CREA ha resultado cumplir los estándares básicos de fiabilidad y validez exigibles a una prueba psicológica.

Para evaluar los estilos cognitivos utilizamos el *Cuestionario de estilos de pensamiento*, el *Thinking Styles Inventory* (TSI) de Sternberg y Wagner (1992). Parte de la teoría del autogobierno mental de Sternberg. Contiene 104 enunciados que producen puntuaciones de los factores de cada una de las 13 dimensiones (legislativa, ejecutiva, judicial, monárquica, jerárquica, oligárquica, anárquica, global, local, interno, externo, liberal y conservadora) de los estilos intelectuales (8

ítems por cada dimensión), las cuales se agrupan en 5 dimensiones más generales (funciones, formas, niveles, ámbitos y tendencias), tienen respuesta tipo Likert de 7 puntos, lo que permite obtener una puntuación media.

### Procedimiento

La administración se efectuó primero con el test de creatividad y posteriormente el cuestionario de estilos de pensamiento. Esto fue realizado así para evitar sesgos que pudiesen afectar al rendimiento en el test que, por estar cronometrado, puede ser más sensible a los efectos de la fatiga.

La corrección del CREA se llevó a cabo por dos evaluadores experimentados y las operaciones matemáticas para la obtención de los estilos de pensamiento fue realizada utilizando un ordenador para realizar las operaciones aritméticas arrojando finalmente el valor correspondiente para las variables estilo de pensamiento legislativo, estilo de pensamiento ejecutivo y estilo de pensamiento judicial.

Los análisis se realizaron con el Paquete Estadístico para Windows SPSS.17.0.

## Resultados

Puesto que nos interesaba comparar a los sujetos creativos y comprobar si utilizaban el estilo legislativo en mayor medida que los sujetos con puntuaciones de creatividad medias o bajas optamos por agrupar a los sujetos utilizando una desviación típica por encima de la media a fin de seleccionar a los sujetos más creativos y compararlos con el resto de la muestra.

Tal categorización arrojó 2 grupos compuestos por 186 sujetos de baja creatividad y 51 de creatividad alta. Las medias y desviaciones típicas pueden verse en la Tabla 1.

**Tabla 1:** Estadísticos descriptivos de los grupos resultantes al clasificar a los sujetos en función de su posición utilizando como punto de corte una desviación típica por encima de la media.

	CREATIVIDAD	N	Media	D.T.
LEGISLATIVO	Media-Baja	186	42.48	6.03
	Alta	51	43.23	5.10
EJECUTIVO	Media-Baja	186	39.18	7.18
	Alta	51	38.88	7.14
JUDICIAL	Media-Baja	186	37.16	7.16
	Alta	51	38.68	7.10

Se compararon los 2 grupos entre sí en los Estilos Legislativo, Ejecutivo y Judicial propuestos por Sternberg. Los análisis arrojaron los siguientes resultados que pueden verse en la Tabla 2.

Al comparar los dos niveles de creatividad en cuanto a la preferencia por el uso del estilo de pensamiento, encontramos que existen diferencias en el modo de emplear los estilos de pensamiento en el estilo legislativo. Indicando que los individuos más creativos puntúan más en los Estilos Legislativo (Media=43.23) que los individuos de creatividad media o baja en dicho estilo (Legislativo, media=41.48;  $p < .06$ ).

Los niveles de estilos legislativo fueron los más elevados indicando un perfil con tendencia legislativa en los individuos más creativos. En el grupo de individuos menos creativos se encontró una tendencia hacia el estilo ejecutivo con sin que las diferencias entre estos dos grupos fuesen significativas ( $p < 0.791$ ). En cuanto al estilo judicial, la media del grupo de individuos creativos fue más alta en el estilo judicial que el grupo de individuos con creatividad media o baja pero no alcanzó la significación ( $p < 0.198$ ).

Así pues, encontramos diferencias en el uso de los estilos de pensamiento en los diferentes grupos en función de los niveles de creatividad. Los resultados pueden verse en la tabla 2.

Respecto a las diferencias medias tipificadas entre los individuos con alta y baja creatividad, se obtuvo una  $d = .2977$  para el Estilo Legislativo. Según Cohen la interpretación de estos índices refleja unas diferencias de magnitud baja. La diferencia media tipificada o índice de Cohen (1977) viene dado por el cociente entre la diferencia de las medias del grupo experimental y control y la desviación estándar conjunta de ambas condiciones.

**Tabla 2:** Diferencias de medias mediante el estadístico t de Student entre el grupo con alta creatividad y baja creatividad.

	t de Student	Sig. (bilateral)
LEGISLATIVO	-1.980	<b>.060</b>
EJECUTIVO	.265	.791
JUDICIAL	-1.296	.199

## Discusión

Los resultados indican que los individuos con alta creatividad prefieren un estilo más legislativo, por lo que podemos decir que un estilo de pensamiento legislativo es importante para la creatividad, este se caracteriza por preferir pensar en nuevas formas a elección de uno mismo. Las personas que tienen este estilo se inclinan por crear reglas, hacer las cosas a su manera, plantear su propia visión del curso de las cosas, prefieren los problemas no estructurados para establecer su propia concepción, les gusta trabajar de forma libre, sin interferencia del exterior y les gusta descubrir las cosas por sí mismos.

Podemos decir que la creatividad medida con la prueba de inteligencia creativa CREA discrimina a los individuos más legislativos que según la propuesta de Sternberg (1999), dentro de su teoría del autogobierno mental, es la función que se relaciona con esta capacidad.

Si atendemos al perfil estilístico de las personas más creativas encontramos que estos tienen un alto estilo legislativo, puntúan más bajo en ejecutivo y su puntuación es moderada respecto a la función judicial.

Las personas con estilo ejecutivo son aquellas que prefieren que se les diga lo que deben hacer o cómo deben hacerlo. Les gusta seguir instrucciones y órdenes, hacer lo que se les dice. Prefieren resolver problemas ya dados. Su pauta de gustos y aversiones es esencialmente opuesta a la de las per-

sonas legislativas. Es un estilo apreciado tanto en la enseñanza como en el mundo laboral, porque suelen hacer lo que se les dice

Y, el estilo judicial es propio de los estudiantes a los que les gusta evaluar reglas y procedimientos, disfrutan analizando y juzgando ideas y acciones que han emprendido otros, prefieren trabajar con problemas cuya solución exige analizar y evaluar hechos e ideas. A los alumnos con este estilo les gustan las tareas en las que hay que contrastar diferentes puntos de vista (la valoración, evaluación y comparación son sus fortalezas). Se inclinan a trabajos de tipo analítico, realizan con soltura la corrección y control de sus propios errores. Son críticos y rigurosos al opinar o emitir juicios.

Con todo ello podemos decir que el CREA resulta un buen instrumento para discriminar aquellos sujetos con altas capacidades creativas cuyo perfil en estilos coincide con la teoría del autogobierno mental de Sternberg. Esta coincidencia apoya la teoría de Sternberg y el uso del CREA como instrumento para evaluar la inteligencia creativa.

Como sugieren algunos autores (Amabile, 2000) la “verdadera actividad creativa” parece estar relacionada con el hecho de perseguir un bien intrínseco que mejora la vida de los demás, mientras que los motivos para el acto creativo basados en la mejora del estatus y los recursos personales serían motivos extrínsecos a la creatividad. Esta misma autora sugiere que un alto nivel de motivación parece ser un requisito para la producción creativa. En este sentido, la idea de que los individuos con más capacidad creativa tengan una tendencia más legislativa y su gusto por trabajar de forma libre, sin interferencia del exterior y por descubrir las cosas por sí mismos podría estar relacionado con lo que esta autora apunta a que la creatividad está asentada sobre unos niveles altos de motivación intrínseca. A diferencia del estilo de pensamiento ejecutivo que podría dificultar la producción creativa, quizá por su posible relación con la motivación extrínseca.

Es importante destacar que los resultados de los tests deben ser considerados como índices que recogen el rendimiento de un individuo en un test hecho en un momento particular. Por tanto, el resultado de un test sobre creatividad no es la creatividad sino un índice estadístico. Estamos de acuerdo con Corbalán (2003) cuando apunta que las medidas de la creatividad no son perfectas, pero no son nulas ni inútiles, ya que han sido capaces de aportar información muy importante utilizada en la investigación creativa.

## Conclusiones

Siguiendo la teoría de Sternberg el hecho de que una persona tenga capacidades creativas no implica que exista una coincidencia con las preferencias en cómo piensa esa persona, quizá por esta idea no hallamos encontrado mayores diferencias en el estilo legislativo. En este sentido, Barron (1997) sugirió que la creatividad está cimentada sobre los deseos de crear algo que coincide con la propuesta de Sternberg (1999), quien afirma que el estilo legislativo es idóneo

para la creatividad, por que las personas creativas no solo necesitan la capacidad de producir ideas nuevas sino que también deben deseárselo. Por lo tanto, la creatividad implica aspectos cognitivos y motivacionales. El CREA discriminó a los sujetos con mayores puntuaciones en el estilo legislativo, estilo que Sternberg propone como el deseo de crear situaciones y estructuras nuevas (Sternberg, 1999). En este sentido la propuesta de Corbalán (2003) coincide con las propuestas de Sternberg y de Barron evidenciado por una relación directa y significativa entre la puntuación en el CREA y el estilo de pensamiento legislativo.

## Referencias

- Almansa, P. (2007). *Creatividad y enfermería. Contextos favorecedores de los cuidados creativos*. Tesis doctoral. Murcia: Servicio de publicaciones de la Universidad de Murcia.
- Almansa, P. y López Martínez, O. (2010). ¿Existe relación entre creatividad y preferencia estilística en un grupo de alumnos de enfermería? *Anales de Psicología*, 26 (1), 145-150.
- Aamabile, T. (2000). *Creatividad e innovación*. Bilbao: Deusto.
- Barron, F. (1997). Introduction. En F. Barron, A. Montuori, & A. Barron (Eds.), *Creators on creating* (pp. 1-21). New York: Tarcher Putnam.
- Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (3ª ed.). Nueva York: Academic Press.
- Corbalán, F.J. (1992). Creatividad como estilo cognitivo. *Investigaciones Psicológicas*, 11, 99-120.
- Corbalán, F.J., Martínez, F., Donolo, D.S., Alonso, C., Tejerina, M. y Limiñana, R.M. (2003). *CREA. Inteligencia Creativa. Una medida cognitiva de la Creatividad*. Madrid: TEA.
- Donolo, D. S. y Elisondo, R. C. (2007). Creatividad para todos. Consideraciones sobre un grupo particular. *Anales de Psicología*, 23 (1), 147-151.
- Grigorenko, E. y Sternberg, R.J. (1997). Styles of thinking abilities and academic performance. *Exceptional Children*, 63 (3), 195-312.
- López Martínez, O. (2001). *Evaluación y desarrollo de la creatividad*. Murcia: Servicio de Publicaciones. Universidad de Murcia.
- López Martínez, O. y Navarro, J. (2008). Estudio comparativo entre medidas de creatividad: TTCT vs. CREA. *Anales de Psicología*, 24 (1), 138-142.
- Sternberg, R. (1999). *Estilos de pensamiento. Claves para identificar nuestro modo de pensar y enriquecer nuestra capacidad de reflexión*. Barcelona: Paidós.
- Sternberg, R. (1990). Intellectual styles: Theory and classroom implications. En B. Presseisen (Ed.), *Learning and Thinking Styles: Classroom Applications*. Washington, DC: National Education Association.
- Sternberg, R.J., (2002). La creatividad es una decisión. *Creatividad y Sociedad*, 1, 15-23.
- Sternberg, R.J., Wagner, R.K. (1992). *Thinking Styles Inventory*. Unpublished test. New Haven, CT: Yale University.
- Sternberg, R.J., y Lubart, T.I. (1997). *La creatividad en una cultura conformista. Un desafío a las masas*. Barcelona: Paidós (trabajo original publicado en 1995).

(Artículo recibido: 12-4-2010; revisado: 19-4-2010; aceptado: 27-4-2010)