

## **Percepción visual y auditiva y comportamientos creativos**

*CARLOS ALONSO MONREAL  
FCO. JAVIER CORBALAN BERNA*

### **SUMARIO**

Este trabajo intenta explorar empíricamente las diferencias perceptivas en una muestra de 41 sujetos universitarios, atendiendo a la mayor o menor creatividad de los mismos. La creatividad se mide con una batería construida con tests de Guilford; las diferencias perceptivas se miden con un test de los autores sobre diferencias de saturación de color, el test de Witkin sobre figuras enmascaradas, la prueba E del P.M.A., el test «Vocales» de Seisdodos y varios items del test de aptitudes musicales de Seashore. Se ha analizado el valor predictivo de unos datos sobre otros. Los resultados no se oponen, e incluso favorecen, a la interpretación teórica de que hay una distinta forma de percibir que diferencia a los más de los menos creativos.

### **SUMMARY**

This approach traits to explore empirically the perceptual differences in a sample of 41 university subjects, attending at his more or less creativity. Creativity is measured with the Guilford's tests. The perceptual differences are mea-

sured with a author's test about colour's saturation differences, the Witkin's test of embedded figures, the spatial test of P.M.A., the «Vocales» test (Seisdedos) and some items of the musical ability test (Seashore). We analyse the predictive value of each other and one another data. The results confirm the theoretic interpretation that there is a distinct way of perceive between more and less creative subjects.

## INTRODUCCIÓN

La forma habitual de uso del término «creatividad» ha ido, poco a poco, consagrando una concepción de ésta como un fenómeno referido exclusivamente a los aspectos «productivos» del ser humano. Lo que aquí nos vamos a plantear es la posibilidad de una explicación de la misma concibiéndola como un fenómeno capaz de intervenir en otros tipos de actividad humana, como la perceptiva, memorística o procesual; considerando que, dentro de las líneas que nos brinda la actual Psicología, una tal concepción de la Creatividad podría encontrar, tal vez, su lugar adecuado en el seno de la Teoría de los Estilos Cognitivos.

Así pues, hemos iniciado esta línea de investigación exploratoria para tratar de confirmar o no la viabilidad de tal propuesta; pareciéndonos correcto centrar esta primera fase de aproximación al tema, en torno a las posibles relaciones entre comportamientos creativos y perceptivos de los sujetos.

Además de la bibliografía fundamental sobre Estilos Cognitivos, tenemos noticia de una decena de publicaciones expresas sobre el tema; no obstante, dada su novedad, planteamos nuestro trabajo como un apunte que ofrecer a la comunidad científica, que será la que irá dando vera firmeza a nuestras conclusiones.

La meta general del estudio es, obviamente, una aproximación a la categorización del concepto de creatividad, contando para ello, por una parte, con una aportación teórica que intenta conceptualizar criterios que permitan abordar la tarea de definición del concepto de creatividad desde la perspectiva de los estilos cognitivos, considerándola a ella misma como uno de éstos; y por otra, con un trabajo empírico que, pretendiendo aportar datos que posibilite el anterior, centrará sus miras en un estudio correlacional de las correspondencias existentes entre capacidad creadora y aptitudes perceptivas.

## CREATIVIDAD

No obstante la proliferación de estudios acerca del tema, el fenómeno del proceso creador nos es todavía bastante desconocido, y aunque parece haber un acuerdo generalizado entre sus estudiosos acerca de lo que no es, e incluso acerca de algunas pautas para favorecerlo, no existe en absoluto tal acuerdo cuando de lo que se trata es de decir qué es la creatividad; o cuando se la intenta relacionar con aspectos de la personalidad de los individuos en que se presenta más ostensiblemente: así por ejemplo, mientras unos subrayan la estrecha dependencia entre creatividad y patología psicológica en términos de conflicto (Kris, 1952), otros hablan, en cambio, de aquélla como indicio de salud mental (Barron, 1968); tampoco existe acuerdo cuando se intenta elaborar algún procedimiento de medida adecuada de la misma; ni cuando lo que se pretende es analizar sus relaciones con la inteligencia; e incluso a la hora de enseñarla, tampoco hay acuerdo:

Cabría decir que durante este tiempo nos hemos dedicado a hacer descripciones de las conductas creativas, pero que no hemos llegado al fondo con lo que ellas mismas son. Y lo que parece claro es que tal intento podría efectuarse por distintos derroteros de los que ha seguido la investigación hasta ahora. El camino actual no es exageradamente favorecedor de la conceptualización de este proceso —Taylor recoge más de cien definiciones distintas para el mismo— (Welsh, 1975). Cabría, tal vez intentarlo desde algún otro lugar distinto al de las teorías habituales, y poner éstas abiertamente en duda: Creatividad ¿un adjetivo a añadir a determinados sujetos?, ¿un tipo?, ¿un rasgo?, ¿un proceso?, ¿qué es?

A lo largo de la historia de la humanidad se ha tratado de dar respuesta a dichas preguntas, desde la Psicología han nacido distintos intentos explicativos que podrían clasificarse en función del origen que dan a dicho comportamiento: así tenemos las explicaciones Vitalista, Nativista, Cultural, desde la «Serendipity», Emprirista, Emergentista, Fisiológica, Romántica, desde las Relaciones Interpersonales, desde la Personalidad —Psicoanálisis, Humanismo y Teoría de los Rasgos— y desde la Psicología Cognitiva (v. Taylor, 1975 a).

Si se hace un repaso a las mismas se observa una excesiva dispersión en las opiniones acerca del origen y características de la creatividad (vgr. indicio de salud o de conflicto), también se observa la existencia de unos intentos explicativos incapaces de dar soluciones satisfactorias a las cuestiones planteadas —unos por el abordaje casi mágico que hacen del suceso, otros por las deficiencias metodológicas que encierran sus planteamientos, y otros aún, por la excesiva reducción fisiológica que hacen del tema—; finalmente observamos la presencia de otros estudios que, en cambio, nos aportan interesantes conclusiones, fun-

damentamente por el lugar psicológico de aproximación al tema y por su cuidada metodología.

Cabría asimismo observar como tres amplios esquemas explicativos en el intento de definir la creatividad:

— Desde la inteligencia: que considera la creatividad como un proceso de pensamiento con distintas fases y diferentes operaciones, que pretende encontrar soluciones a un problema o elaborar nuevas ideas. Sus aportaciones fundamentales consisten en la división que hace del proceso por etapas —comúnmente aceptadas— y en operaciones —origen del actual sistema de medición—. Sin embargo deja sin explicar los estados de ánimo detectables en el proceso creativo y prescinde de aspectos como el conocimiento o la memoria, a nuestro entender esenciales en su comprensión.

— Desde el producto creativo: que nace de la observación del resultado final del proceso y el producto, y descubre en él unas determinadas características que le sirven de base de estudio de la creatividad. Son éstas: novedad, verdad y utilidad. Sus aportaciones se centran en la comprobación de unos contenidos característicos para los mismos y sus relaciones con el contexto social. No obstante, este análisis reduce ostensiblemente las dimensiones del fenómeno y no explica el por qué y el cómo de los productos que estudia.

— Desde la personalidad: el más desarrollado de todos, considera la creatividad como rasgo de personalidad. Se entiende como una actitud general hacia el entorno con unas determinadas características habitualmente presentes en los sujetos con dichos rasgos. Sus aportaciones son sobre todo: la consistencia de dicho comportamiento en determinados sujetos, etc. Pero deja sin resolver el problema de la estructura del proceso creador, elemento necesario para una definición explicativa y no meramente descriptiva de éste, asimismo, la dispersión de características es tan exagerada que parece haber tantos tipos de creativos como de personas en general.

Notamos la insuficiencia de cada uno de estos intentos explicativos por separado para realizar la tarea de elaborar una definición de la creatividad en toda su extensión. Por otra parte, cada uno de ellos nos aporta elementos sumamente valiosos para nuestro proyecto de elaborar una definición compleja del hecho creativo en los humanos; prescindir de alguno de ellos implicaría seguramente un desenfoque en la visión de su esencia.

Es más, si se nos permite, cabría decir que estas tres explicaciones nos pueden estar apuntando el cómo, el qué y el por qué del fenómeno de la

creatividad y creemos que, tal vez, no nos restaría sino poder dar unidad a todo ello, mas ¿cómo?...

Se nos hace necesario en este caso un esquema teórico capaz de abarcar estas distintas facetas de la creatividad que se nos han ido apuntando como constitucionales de la misma; un esquema que, de alguna manera, habría de ser capaz de unificar criterios y dar cabida y lugar adecuado a los variopintos conocimientos que sobre el fenómeno ya poseemos.

En una anterior publicación de uno de nosotros (Alonso Monreal, 1983) se presentó la idea de que tal vez cabría intentar dicha búsqueda en el campo de los Estilos Cognitivos.

### ESTILOS COGNITIVOS

Se nos hace necesario acudir a una aproximación al concepto de Estilo Cognitivo para comprobar la viabilidad de tal búsqueda y asimismo conocer los procesos necesarios para la detección o conceptualización de uno de ellos.

Un estilo cognitivo es un constructo hipotético que explica procesos de mediación entre estímulos y respuestas, hace referencia a los característicos modos en que los individuos organizan conceptualmente su entorno. En general, aunque con variantes, son vistos como referidos a las maneras en que el pensamiento es estructurado, de las que emanan unas determinadas consistencias comportamentales.

En la tarea de construcción/constatación de un estilo cognitivo ha de ser labor fundamental la detección de unas relaciones entre el constructo afirmado como tal con cada uno de los procesos intervinientes en el fundamento cognitivo de los sujetos: percepción, memoria, procesamiento de la información, estrategias de resolución de problemas, estilos comportamentales, congruencias conductuales, etc., nos saltan a la mesa de trabajo para que su estudio nos vaya demostrando si se puede ir agrupando en torno a constructos tipológicos diferenciados de los sujetos, para descubrir si se dan en ellos modos característicos de percibir y conocer.

Ahora bien, un proceso tal es trabajo de muchos años, un auténtico reto; y aquí nos vamos a limitar a iniciarlo.

### CREATIVIDAD COMO ESTILO COGNITIVO

Una vez visto en qué consiste un estilo cognitivo y cuáles son los procesos necesarios para su detección, podemos iniciar la búsqueda de un esquema explicativo para la creatividad desde esta perspectiva, como antes apuntábamos.

Los intentos de poner en contacto los conceptos de creatividad y estilos cognitivos no son nuevos; un numeroso grupo de autores hace estudios intentando relacionar uno y otro: Steinberg (1964), Renner (1970), Kaufman (1975), Noppe y Gallagher (1977), Faschigbauer, Moore y Stone (1978), Goldstein y Blackman (1978), Taylor (1978), Negoescu-Bodor (1980 a y b), etc.

Mas dichos estudios, a pesar de poner en contacto de un modo directo la creatividad con estilos cognitivos concretos, todavía se quedan en la mera afirmación de relaciones entre ambos, sin proporcionar un esquema capaz para la interpretación de aquélla desde éstos.

En una ponencia anterior de uno de nosotros (Alonso Monreal, 1984), se concluye, tras un estudio con sujetos creativos, que se considera posible «iniciar un trabajo de esclarecimiento y tipificación de la creatividad, considerada ella misma como un estilo perceptual-cognitivo» (Alonso Monreal, op. cit.). Conceptualización que supone un paso adelante con respecto a lo ya hecho en este campo, pues no se trata ya de buscar relaciones entre dos constructos, sino de estudiar la viabilidad de la tipificación de uno de ellos —la creatividad— como uno de los otros —como estilo cognitivo—; concepción que correspondería a esa visión de la creatividad como fenómeno capaz de intervenir en amplios aspectos del comportamiento humano, tal y como lo expusimos al comienzo de estas líneas.

### DEFINICIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

De alguna manera, la tipificación de la creatividad como estilo cognitivo nos exigía, fundamentalmente, una detección de las posibles relaciones existentes entre los modos de funcionamiento creativo y los estilos de percibir, de procesar intelectualmente, y de comportamiento habitual en los sujetos. La relación parece estar más estudiada (aunque sin total acuerdo) en estos dos últimos aspectos.

Con respecto a la percepción la cuestión es bien distinta: a pesar de las múltiples sospechas detectadas por numerosos autores de la creatividad: Scha-

chtel (1959), Wallach y Kogan (1965), Ghiselin Rompel y Taylor (1964), Barron (1955), Mackinon (1962), y a pesar de algunos estudios que han intentado poner en contacto ambos comportamientos: Arnheim (1954), Bradshaw y Nettleton (1981), Hasnain y Husain (1980), Negoescu-Bodor (1980), todavía no se ha realizado —no tenemos conocimiento, al menos de que así haya sido— un estudio empírico intentando comprobar si la creatividad afecta al modo de percibir, si existe un estilo perceptivo similar para los sujetos creativos, si se puede establecer un espectro bipolar entre las capacidades perceptivas, en función de la mayor o menor presencia de aptitudes creativas en los sujetos.

Lo planteado aquí es muy amplio como para poder darle respuesta nosotros ahora. Tenemos necesidad de acotar el terreno y centrar nuestra atención en un solo aspecto de dichas relaciones tal que nos pueda mostrar dicho paralelismo. Finalmente decidimos que el objeto de nuestra investigación fuese establecer las virtudes relacionadas entre aptitudes creativas y perceptivas.

## DISEÑO

*Problema de investigación:* Planteado en términos operativos, e introduciendo, más allá de las correlaciones, expresiones de causalidad o direccionalidad, podría expresarse así: ¿es capaz un conjunto de medidas de rendimiento en distintos comportamientos creativos, es capaz, decimos, de pronosticar el rendimiento de unos sujetos en distintos factores de percepción visual y auditiva?

*Hipótesis:* Postulamos que el rendimiento de un grupo de sujetos en los factores de pensamiento creativo correlaciona positivamente con su rendimiento en factores perceptivos visuales y auditivos, y asimismo que las medidas de estos sujetos en creatividad son buenos predictores de sus rendimientos en los factores de percepción visual y auditiva.

*Variables e instrumentos:* Dada su amplitud, agrupamos las variables y los instrumentos según su pertenencia a uno u otro campo y tipo.

— Predictoras: Consideramos son los rendimientos en Fluidez, Flexibilidad, Producción Divergente y Originalidad, según se miden en la Batería para la medida de la Creatividad de Guilford (1962) y asimismo la calificación en Dibujo y en Música según nivel alcanzado en exámenes prácticos de estas asignaturas.

— Criterio: Las definidas como tal son un conjunto de rendimientos en factores de percepción visual: Independencia de campo, Discriminación de saturaciones de color, Percepción Espacial y Atención-rapidez perceptivo; y en factores de percepción auditiva: Tono, Intensidad, Tiempo y Timbre. Fueron

evaluadas con los siguientes instrumentos: Test de Figuras Enmascaradas de Witkin y cols. (1971), Subprueba E del P.M.A. de Thurstone (1979), Test de discriminación de saturaciones de color, especialmente elaborado por nosotros para esta ocasión y del que daremos noticia en otro lugar, Test «Vocales» de N. Seisdedos (1979), y Test de aptitudes musicales de Seashore y cols. (1940).

**Muestras:** Las encontramos en la E.U. de Magisterio de Murcia, en el grupo de alumnos que realizaba el tercer curso. Son 41 sujetos, 5 varones y 36 mujeres, de extracción social media-baja.

En principio se trata de una muestra adecuada para nuestro estudio; la mayor dificultad la encontramos en su número —no muy amplio— y en la excesiva participación de mujeres en la misma.

**Análisis de resultados:** Usamos en el análisis los programas BMDP 1D y BMDP 6R (Correlación parcial y regresión multivariada) del que hicimos tres aplicaciones: una global, incluyendo todas las medidas; otra haciéndolo sólo con las visuales; y una tercera haciéndolo con las auditivas. Presentamos seguidamente una selección de las tablas más relevantes para su comprensión.

#### RELACIONES

		<i>P.</i>						
	<i>Fluidez</i>	<i>Flexibil.</i>	<i>P. diverg.</i>	<i>Original</i>	<i>Dibujo</i>	<i>Música</i>	<i>I. campo</i>	
	1	2	3	4	5	6	7	
Fluidez	1	1.000						
Flexibil.	2	0.236	1.000					
P. diverg.	3	0.385	0.379	1.000				
Original	4	0.252	0.466	0.441	1.000			
Dibujo	5	0.334	0.397	0.115	0.065	1.000		
Música	6	0.248	0.338	0.053	0.006	0.609	1.000	
I. campo	7	0.148	0.231	0.188	0.177	0.417	0.366	1.000
Color	8	-0.307	0.052	-0.070	-0.265	0.087	0.188	0.347
Espacial	9	0.149	0.220	0.164	-0.124	0.513	0.551	0.444
Atención	10	0.309	0.494	0.134	0.101	0.359	0.350	0.434
Tono	11	0.034	0.050	0.073	-0.067	0.235	0.315	0.282
Intensid.	12	0.108	0.158	-0.057	0.032	0.462	0.427	0.256
Tiempo	13	0.217	0.236	0.166	0.269	0.248	0.368	0.268
Timbre	14	0.014	0.264	0.111	0.298	0.310	0.298	0.195

		<i>Tono</i> 11	<i>Intensid.</i> 12	<i>Tiempo</i> 13	<i>Timbre</i> 14	<i>Color</i> 8	<i>Espacial</i> 9	<i>Atención</i> 10
Color	8	1.000						
Espacial	9	0.266	1.000					
Atención	10	0.151	0.438	1.000				
Tono	11	0.293	0.160	0.119	1.000			
Intensid.	12	0.370	0.363	0.354	0.165	1.000		
Tiempo	13	0.108	0.181	0.235	0.195	0.636	1.000	
Timbre	14	0.198	0.296	0.071	0.386	0.325	0.355	1.000

**T-STATISTICS FOR REGRESSION COEFFICIENTS DEGREES OF FREEDOM = 35  
FOR EACH DEPENDENT VARIABLE, THE T-STATISTIC FOR EACH  
INDEPENDENT VARIABLE IS FOR THE SIGNIFICANCE OF THAT  
INDEPENDENT VARIABLE GIVEN THE OTHER INDEPENDENT VARIABLES**

**SIGNIFICANCE LEVELS (TWO-TAIL) FOR T-STATISTICS**

		<i>I. Campo</i> 7	<i>Color</i> 8	<i>Espacial</i> 9	<i>Atención</i> 10
Fluidez	1	0.637	0.034	0.609	0.181
Flexibil.	2	0.737	0.454	0.925	0.011****
P. diverg.	3	0.473	0.440	0.136	0.636
Original	4	0.424	0.107	0.145	0.385
Dibujo	5	0.121	0.868	0.107	0.811
Música	6	0.296	0.289	0.032**	0.552
Intercept.		0.007	0.000	0.603	0.214

  

		<i>Tono</i> 11	<i>Intensid.</i> 12	<i>Tiempo</i> 13	<i>Timbre</i> 14
Fluidez	1	0.623	0.830	0.726	0.263
Flexibil.	2	0.658	0.765	0.896	0.968
P. diverg.	3	0.447	0.513	0.908	0.975
Original	4	0.705	0.600	0.183	0.080*
Dibujo	5	0.610	0.080*	0.995	0.261
Música	6	0.163	0.206	0.077*	0.295
Intercept.		0.023	0.000	0.000	0.000

*Interpretación de resultados:* Nos concentramos en el análisis de las correlaciones, las correlaciones múltiples cuadradas y los coeficientes de regresión.

— Correlaciones: Observamos una tendencia general hacia la correlación positiva; 176 de este signo frente a 6 negativas —explicables—. No es absurdo relacionar creatividad con percepción, ahora bien, esta conclusión tampoco supone nada especial.

Hay un pequeño grupo de correlaciones considerables que nos permiten pensar, además, que creatividad y percepción tienen algo en común. Y concretamente la correlación Atención-Flexibilidad (0.494) resulta enormemente sugerente.

— Correlaciones Múltiples Cuadradas: Medida de multicolinealidad en las v. independientes que no afecta demasiado a los resultados, a lo sumo nos sugiere repetir los análisis modificando el orden de estas variables.

Se constata, por otra parte, una buena capacidad de cada medida de creatividad para pronosticar el resto de ellas.

En la regresión hecha de las v. dependientes sobre las independientes no aparecen aquéllas como buenas predictoras de éstas. Hay una excepción: Percepción espacial sobre las medidas de creatividad, ¿lo espacial participa de aptitudes creativas? Podría investigarse al respecto.

— Coeficientes de Regresión: A nivel general, se observa la tendencia a una buena capacidad de pronóstico de las v. independientes sobre las v. dependientes. De aquí sólo observar lo no descaminado de nuestro planteamiento. Asimismo, a nivel general se observa cómo resulta más elevada la significación en los campos visual y auditivo por separado que consideradas en conjunto las puntuaciones. Así pues, la creatividad parece tener dimensiones específicas en los sujetos. Como estas dimensiones son también perceptivas, podemos afirmar que creatividad y percepción parecen tener funciones correlacionadas.

A niveles específicos se da una buena capacidad de pronóstico de Dibujo sobre P. Espacial, es decir, de una medida de ejecución sobre una de percepción. La habilidad en la ejecución afecta a la habilidad perceptiva. La percepción no puede considerarse independiente de la expresión.

¿Y con la creatividad? A un nivel de significación del 0.007 en el análisis visual y de 0.011 en el global, la Flexibilidad aparece como predictora de la Atención-Rapidez perceptiva. Un factor de creatividad buen pronosticador de un factor perceptivo: esto puede suponer algunos replanteamientos sobre la

creatividad. E igualmente, a niveles algo inferiores se repite esa buena capacidad de pronóstico de alguna otra variable de creatividad sobre alguna otra perceptiva.

*Verificación de hipótesis:* Puesto los resultados obtenidos y su interpretación cabe afirmar que sí existen correlaciones entre creatividad y percepción.

Y asimismo cabe afirmar que la creatividad puede ser buena predictora de la capacidad perceptiva.

## CONCLUSIONES

Nuestro estudio empírico ha resultado muy sugerente en lo que toca a la posibilidad de existencia de unas relaciones —hasta ahora no más que intuitivas— entre las aptitudes perceptivas de los sujetos y su capacidad para adoptar comportamientos creativos.

A la luz de los resultados de dicho estudio empírico, y a la luz de las consideraciones teóricas realizadas, presentamos las siguientes conclusiones:

a) A nivel teórico-lógico no nos parece que pueda considerarse inviable un intento de explicación de la Creatividad como Estilo Cognitivo. Es más, la revisión de los estudios realizados hasta el momento en torno al intento definitivo de la Creatividad nos parece estar exigiendo un esquema tal que sea capaz de integrar las implicaciones intelectuales, productivas y personales de los comportamientos creativos, y éste bien puede ser el que nos ofrece la Teoría de los Estilos Cognitivos.

b) A nivel de verificación empírica se ha constatado la existencia de una muy elevada capacidad de pronóstico de algunos factores de creatividad sobre algunas de las variables de percepción, y, en general, junto a una tendencia hacia la correlación positiva entre unas y otras, un buen nivel de predicción de las variables de creatividad sobre las perceptivas.

c) Como conclusión general podríamos decir que se constata la existencia de relaciones empíricas entre aptitudes creativas y perceptivas de los sujetos de tal manera que la percepción visual y auditiva sí tienen que ver con los comportamientos creativos; que la explicación teórica nos exige y nos sugiere un esquema tal como el de los Estilos Cognitivos para la tipificación de los comportamientos creativos; y puesto todo lo anterior, afirmamos que sí es viable una categorización psicológica de la creatividad desde el paradigma de los Estilos Cognitivos; y que el primerísimo paso para la elaboración de dicho proyecto

—comprobar la existencia de relaciones entre percepción y comportamiento creativos— ya está dado y, al menos a niveles exploratorios, ha confirmado plenamente sus presupuestos.

## BIBLIOGRAFIA

- ALONSO MONREAL, C. (1983): *Autonomía afectiva y creatividad*. Tesis doctoral, Col. Tesis Doctorales, N.º 117/83, Ed. Universidad Complutense, Madrid.
- ALONSO MONREAL, C. (1984): *La comprensión de la creatividad artística: un nuevo camino de categorización psicológica*. Ponencia en el 1.º Symposium sobre Psicopedagogía de la Excepcionalidad, Universidad Autónoma de Barcelona (en prensa).
- ARNHEIM, R. (1954): *Art and visual perception: a psychology of the creative eye*, Univ. of California Press.
- BARRON, F. (1968): *Creativity and personal freedom*, New York, Van Nostran.
- BRADSHAW & NETTLETON (1981): *The nature of hemispheric specialization in man*, *The Behav. and Brain Sciences*, 4, 51-63.
- FASCHINBAUER, MOORE y STONE (1978): «Cognitive style, dogmatism and creativity: some implications regarding cognitive development», en *Psychological Reports*, 42, 795-804.
- GOLDSTEIN & BLACKMAN (1978): *Cognitive style*, John Wiley and sons, N. York.
- GUILFORD, J. P. (1962): *Creativity its measurement and development*. En S. J. Parnes & H. F. Harding (eds.), *A source book for creative thinking*.
- HASNAIN y HUSAIN (1980): «Is creative imagination equivalent to visual & auditory imaginations?», en *Asian Journal of Psychology*, 6, 3, 49-52.
- KAUFMAN, J. L. (1975): «The relationship between cognitive style and creativity in urban seventh grade children», en *Diss. Abstract International*, 36, 1409.
- KRIS, E. (1952): *Psychoanalytic explorations in art*, New York, Int. Univ. Press (Psicoanálisis del arte y del artista, Paidós, B. A., 1964).
- MACKINNON, D. W. (1962): *The personality correlates of creativity: a study of american architects*. En: G. S. Nielsen (ed.): *Proceedings of the fourteenth int. congr. on appl. psy.*, Copenhagen, Munks.
- NEGOESCU-BODOR, V. (1980): «Verbal instruction and personality factors in perceptual performance», en *Rev. Roum. Sci. Soc.*, Bucarest, 24, 1, 49-56.
- «The cognitive operational and attitudinal aspects of creativity», en *Rev. Roum. Sci. Soc. (Psychologie)*, 24, 2, 107-115.
- NOPPE y GALLAGER (1977): «A cognitive style approach to creative thought», en *Journal of Personality Assesment*, 41, 1, 85-90.
- RENNER, V. (1970): «Effects of modification of cognitive style on creative behavior», en *Journal of Person, and Soc. Psy.*, 14, 3, 257-262.
- STEINBERG, L. (1964): *La creatividad como rasgo caracteriológico*. En Curtis, Demos y Torrance, Anaya, 1967.
- TAYLOR, I. A. (1975): *A retrospective view of creativity investigation*, See Taylor & Getzels, 1975, Aldine, Chicago.