

Vol. 18, número 2, jul-dez, 2025, pág 421-437

**Personalidade criativa: Do conceito a testemunhos de profissionais
criativos**

**Creative Personality: From Concept to Testimonials from Creative
Professionals**

Personnalité créative: du concept aux témoignages de professionnels creatifs

Maria de Fátima Morais¹

Resumo: A criatividade é um conceito assumido como imprescindível para indivíduos reconhecidamente inovadores e para a população em geral. A atualidade desafia uma resolução criativa dos problemas nos mais variados contextos, incluindo o da Educação. Uma das dimensões que constitui e prediz a criatividade é um conjunto de características constituintes da personalidade criativa. Conhecer, identificar e promover tais características tornam-se então orientações relevantes no quotidiano educativo. Neste artigo, além de ser apresentado um tecido de fundamentação teórica ao conceito de personalidade criativa, são especificadas as características mais consensuais que o constituem e estas são ilustradas e operacionalizadas a partir de expressões ou frases referidas por profissionais portugueses reconhecidamente criativos. Discute-se ainda a importância da avaliação dessas características nos indivíduos em geral e do seu desenvolvimento intencional em contextos, formais ou não formais da Educação. Alguns exemplos de instrumentos de avaliação e de sugestões para promoção da personalidade criativa servem assim de ponte entre testemunhos da alta criatividade e a criatividade quotidiana.

Palavras-Chave: criatividade; personalidade criativa; educação.

¹ Instituto de Educação – Universidade do Minho. Centro de Investigação em Educação (CIEd) Email: famorais@ie.uminho.pt ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8180-6687> <https://www.cienciavitaet.pt/1910-E007-EC8C>

Abstract: Creativity is a concept considered essential for individuals who are recognized as innovative and for the general population. The current situation challenges creative problem-solving in the most varied contexts, including that of Education. One of the dimensions that constitutes and predicts creativity is a set of characteristics that constitute the creative personality. Knowing, identifying and promoting such characteristics then become relevant guidelines in the educational daylife. In addition to presenting a theoretical framework for the concept of creative personality, this paper specifies the most consensual characteristics that constitute it and illustrates them based on expressions or phrases mentioned by recognized creative Portuguese professionals. It also discusses the importance of assessing these characteristics in individuals in general and their intentional development in formal or informal educational contexts. Some examples of assessment instruments and suggestions that promote creative personality thus will serve as a bridge between testimonies of high creativity and everyday creativity.

Key words: creativity; creative personality; education.

Résumé: La créativité est un concept essentiel pour les individus reconnus comme innovants et pour la population en général. La situation actuelle remet en question la résolution créative de problèmes dans les contextes les plus variés, y compris celui de l'éducation. L'une des dimensions qui constitue et prédit la créativité est un ensemble de caractéristiques qui constituent la personnalité créative. Connaître, identifier et promouvoir ces caractéristiques devient alors un guide pertinent dans le cadre éducatif. Outre la présentation d'un cadre théorique pour le concept de personnalité créative, cet article précise les caractéristiques les plus consensuelles qui la constituent, les illustre et les opérationnalise à partir d'expressions ou de phrases mentionnées par des professionnels créatifs portugais reconnus. Il aborde également l'importance d'évaluer ces caractéristiques chez les individus en général et leur développement intentionnel dans des contextes éducatifs formels ou informels. Quelques exemples d'instruments d'évaluation et de suggestions qui favorisent la personnalité créative servent ainsi de pont entre les témoignages de la créativité élevée et la créativité au quotidien.

Mots-clés: créativité; personnalité créative; éducation.

Criatividade é um conceito debatido cientificamente há quase um século. A grande maioria dos estudos tem reclamado, nesse percurso e sem fronteiras, o valor da criatividade quer para o indivíduo quer para as organizações. Na

atualidade, face aos desafios de um mundo cada vez mais VUCA – volátil, incerto (*uncertain*), complexo e ambíguo (Isaksen, 2023) é compreensivelmente considerada como um dos grandes requisitos para a sobrevivência social do ser humano (Thornhill-Miller et al., 2023). Não há futuro sem inovação e não há inovação sem criatividade (Vincent-Lancrin, 2021).

Quando se aborda criatividade, assume-se o risco de lidar com um conceito complexo, multidisciplinar e multifacetado (Doyle, 2022). Nele está contida uma interação permanente entre dimensões cognitivas, emocionais e sociais (Lubart & Thornhill-Miller, 2019) e tal complexidade tem incentivado investigação aprofundada e específica (Lambert, 2020). Ora, nesta *síntese mágica* (Arieti, 1980) que permite criatividade, faz parte o conceito de personalidade criativa, ou seja, características psicológicas, mais ou menos estáveis, que há décadas são associadas ao ator criativo (Akpur, 2020; Barron, 1969). Apesar da análise deste último conceito já ser, também ela, longa e de já reunir consensos acadêmicos, não deixa de continuar a suscitar estudos e discussões – a personalidade criativa é um dos preditores de criatividade (Lebuda et al., 2021) e isso não é pouco em investigação.

O que constitui a personalidade criativa? Como tem evoluído este conceito? Qual a sua relevância para o quotidiano atual, nomeadamente para o do contexto educativo? Como podem ser identificadas essas características do indivíduo criativo e como fomentá-las?

São questões que se encontram neste texto, desde o início de uma apresentação teórica até um espaço mais reflexivo. Porém, questões de índole mais teórica organizam-se aqui em torno de um núcleo empírico. Variadas características da personalidade criativa, uma a uma, são ilustradas (e assim reforçadas) por frases retiradas de uma análise de entrevistas a profissionais socialmente reconhecidos como criativos em Portugal e em diversos domínios. Trata-se de entrevistas constituintes da obra *Percursos com Sentido* (Rocha et al., 2021), posteriormente aqui designada como PcS. Enquadramentos teóricos tornam-se então lupa na análise da realidade e a última vem corporizar os primeiros. Este diálogo, no meio do texto, tem como subjacente a premissa de que criatividade pode ser rentabilizada em todos os cidadãos (Isaksen, 2023) e, assim,

o texto, na sua globalidade, acaba por projetar outro diálogo, outra ponte – entre a realização altamente criativa e a que se deve ser colocada no dia a dia em qualquer âmbito, se forem assumidos diferentes níveis de criatividade (cf. Kaufman & Glavenu, 2019).

O que é a personalidade criativa? Duas abordagens complementares

Existe um conjunto de características psicológicas ou psicossociais constituintes da personalidade do indivíduo que o predispõem a pensar, a sentir, a tomar decisões e a comportar-se de uma forma criativa (Gupta et al., 2024; Murtianto et al., 2020). Estas características não são obviamente suficientes para garantir criatividade, mas são necessárias a que esta aconteça numa co-incidência de requisitos (Morais & Fleith, 2017). Predizem a realização criativa (cf. Lebuda et al., 2021), assim como a autocoanfiância e o autoconceito criativos (Karwowski & Lebuda, 2016), o pensamento divergente (Grajzel et al., 2023) ou percepções de criatividade a partir de outros significativos (Shaw & Choi, 2023).

Nas décadas de 60 e 70 do século XX, estudos para identificar características de personalidade em indivíduos classificados como altamente criativos ficaram famosos, como os de Barron (1969) ou de Mackinnon (19878) e impulsionaram a investigação que dura até agora sobre personalidade criativa. Este percurso viria a assumir duas perspetivas (Benedeck, 2024; Lebuda, 2024), as quais surgem aqui comentadas como sendo complementares.

O modelo Big Five de McCrae (19999), tal como os estudos de Eysenck (e.g. 1993) acerca de personalidade viriam a inspirar o estudo da relação entre este conceito e a criatividade. São disso ilustração a investigação de Feist (1998; 2019; 2022), a qual enfatiza influências genéticas e cerebrais nos domínios cognitivo, social e emocional do indivíduo, emergindo traços de personalidade, ou seja, dimensões que abrangem diferentes características e que são relativamente estáveis ao longo da vida. Quando se fala de personalidade criativa nesta perspetiva, surgem os traços de Abertura à Experiência, sobretudo, e de Extroversão, como sendo os mais relacionados com a realização criativa, sendo mesmo considerados preditores desta (Feist 2022; Grajzel et al., 2023). Tal associação é compreensível, pois ambos os traços se relacionam com a dimensão

Plasticidade da personalidade, por oposição à Estabilidade (Lebuda et al., 2021), "the huge two of the big five", como referiu o título de um trabalho de Karwoski et al. (2016).

Por seu lado, têm-se evidenciado, desde os trabalhos pioneiros sobre personalidade criativa, características menos estáveis, mais influenciáveis pelo contexto e, desta forma, mais relacionadas com atitudes, crenças, valores ou interesses (Lebuda et al., 2021). É o caso auto de percepções sobre criatividade, da autoconfiança ou de atração por complexidade, pela inovação ou pelo risco (cf.; Hoffman et al., 2021; Karwoski et al., 2019; Sternberg, 2018). Emergem aqui também o sentido de humor (Sílvia et al., 2021), a tolerância à ambiguidade (Hoffman et al., 2021) ou a persistência (Runco, 2023).

As últimas características são consideradas *surface characteristics*, por oposição aos traços de personalidade ou *core characteristics* (Lebuda et al., 2021). Ambos participam na constituição do conceito de personalidade criativa e não são independentes. Os traços de Abertura à Experiência e de Extroversão têm sido associados a características como curiosidade, procura de novidade, autoconfiança (Grajzel et al., 2023) ou humor (Sílvia et al., 2021), assim como são influenciáveis no percurso individual, mesmo que sendo mais estáveis do que as *surface characteristics* (Grajzel et al., 2023). Em seguida, serão apresentadas características frequentemente associadas à personalidade criativa, conciliando a sua breve explicação com exemplos que as ilustram e que são provenientes de profissionais com trajetos socialmente reconhecidos como criativos.

A personalidade criativa: características e testemunhos

Abertura à experiência

A criatividade nasce da coragem para enfrentar o desconhecido (J. K. Rowling)

Abertura à experiência, traço de personalidade mais referido face à produção criativa, relaciona-se com a disposição para procurar, explorar e arriscar novas ideias, tarefas ou contextos. É estar mais facilmente disponível para sair de rotinas ou de áreas de conforto e para aceitar a diferença. (Feist, 2019; 2022; Saharah et al., 2023). Se criatividade requer associação de ideias remotas (Vitrano et al., 2021), a Abertura à Experiência é compreensivelmente um dos seus potenciais,

pois possibilita o acesso a conhecimento e vivências muito diferenciadas. A análise das entrevistas constituintes da obra PcS revelou que em quase todas elas esta característica emerge. Deste modo, uma profissional de aeronautica indica um seu desafio profissional como “uma novidade surpreendente que remetia para o desconhecido” (...) “era uma imperdível provocação” (p.51). Já um músico comenta que “as oportunidades nem sempre chegam quando mais precisamos” (...) “há então que procurá-las” (p. 27) e um empresário prioriza “aproveitar as oportunidades” (p. 107).

Curiosidade

A curiosidade é o segredo da criatividade (Walt Disney)

A abertura à experiência não é concebível sem curiosidade. Esta característica é também fortemente associada à criatividade (Romo, 2021). É necessária a curiosidade para completar e aprofundar o que se conhece ou para mergulhar no desconhecido e iniciar caminhos inovadores (Sternberg, 2018; Wienkamp, 2025). Este último autor refere mesmo que, juntamente com outras características de personalidade, a curiosidade deve estar na própria definição de criatividade. Esta implica procura de informação, inquisição, exploração, busca de novidade (Vincent-Lancrin, 2021). Jirout et al (2025), falam numa *diversive curiosity*, ou seja, um interesse geral, por diferentes domínios, o que é essencial à realização criativa. Pessoas criativas manifestam assim grande amplitude de interesses (Root-Bernstein, 2020). Curiosidade é responsável ainda pela questionação associada à cognição criativa (especificamente no processo de criação de problemas) frequentemente traduzida em “e porque?” ou “e se?”, ou seja, à formulação de hipóteses ou às *what if questions* (Badger & Jonathan, 2025). Este prazer de saber (mais) surge na obra PcS em diferentes entrevistas. Um médico comenta, a propósito do seu interesse pela investigação, “curiosidade e a vontade obsessiva de fazer perguntas (...) “Que será? Porquê?” (p.149). Uma investigadora em robótica sublinha a atitude de “querer aprender, sempre!” (p.127). Já um escritor refere “sempre gostei de saber as causas das coisas, essa anatomia que não vislumbramos” (p.154).

Humor

A criatividade é a inteligência divertindo-se (Einstein)

Estar aberto à experiência é relacionável com o sentido de humor (Sílvia et al., 2021), característica já associada à expressão criativa no modelo da bissociação de Koestler (1989). O humor alivia tensão, permite a associação de ideias remotas, o recurso e a compreensão do inesperado e um pensamento não convencional. A facilitação da criatividade pelo humor continua a ser reconhecida em trabalhos como os de Beghetto (2019) ou Lu et al. (2019). Estes últimos autores afirmam paralelismo entre humor e criatividade no sentido de ambos quebrarem regras e implicarem flexibilidade cognitiva; com humor, sublinham a relação dos dois conceitos no título desse trabalho: “when the Ah meets the Ahah” (por referência ao insight). A análise das entrevistas, curiosamente, não revelou a presença do humor nos discursos dos criativos. Talvez isso se deva ao facto de a entrevista ser um espaço formal e isso ter condicionado tal referência.

Assunção de riscos

O maior risco é não correr riscos (...) num mundo que muda rapidamente (M. Zuckenberg)

O humor, ainda para Lu et al. (2019), pode ser um suporte para outra característica da personalidade criativa: a disposição para correr riscos. Esta característica é mencionada desde os trabalhos de Khatena e Torrance (1976) e em modelos explicativos de criatividade como os de Amabile (1983) ou de Sternberg et al. (1997). Neste último modelo, os autores utilizam a expressão *comprar barato para vender caro*, sublinhando o investimento em ideias que só com perspicácia e risco se assume, ideias com um potencial que não é garantido. Na atualidade, esta predisposição para a disrupção com o conhecido ou a assunção da incerteza, contidas em arriscar, continua a ser associada com a produção criativa (Hoffman et al., 2020; Badger & Jonathan, 2025). Foi uma das características mais frequentemente referidas nas entrevistas dos profissionais criativos, estando presentes em quase todas elas. Vários exemplos podem então surgir aqui. Um médico, falando acerca do seu dia a dia profissional, comenta a importância de “tomar decisões fora de tudo a que os manuais se referem” (p.132). Por seu lado, uma coreógrafa sublinha “arriscar, desafiar o improvável” (p. 37). Um escritor acrescenta a relevância de um risco sempre calculado, dizendo que há a necessidade de “uma certa ousadia, que nunca pode ser demasiada para não ser

apenas uma enorme tolice” (p.132). Neste sentido do cálculo, da reflexão que acompanha o risco, também está na afirmação de um empresário: “Jogas e ganhas ou não jogas e perdes! Sempre fiz essa aposta (...) “e quando perco, a perda está prevista” (p.116). Todos estes criativos parecem partilhar “uma doutrina de risco” (p.78), expressada por um profissional com formação em Filosofia.

Autoconfiança

Autoconfiança é acreditar em si mesmo quando ninguém mais o faz. É a chama da criatividade (E. Roosevelt)

Para se ter facilidade em arriscar, por sua vez, é necessário ser autoconfiante. “Ser criativo não é confortável”, pois implica risco e consequente confiança para lidar com o mesmo (Kaufman et al., 2019, p. 760). Desde trabalhos do séc. XX, como o de Eysenck (1995), que a relação entre autoconfiança e criatividade é afirmada, continuando explícita na atualidade (Sterberg, 2018; Wienkamp, 2025). No modelo Big Five, na assunção de traços de personalidade, a autoconfiança surge associada à Extroversão (Grajzel et al. 2023). A autoconfiança é ainda essencial à autonomia, a qual tem um papel nuclear no desenrolar do processo criativo (Runco, 2023). O indivíduo criativo trabalha de forma independente e com controlo de um projeto que tem de marcar singularidade. Na obra PcS, existem várias afirmações acerca da relevância da autoconfiança no quotidiano profissional dos entrevistados. Uma escritora lembra que “foram todos recusados” (seus textos) (...) “aquilo era muito mau, dizia ele” (mas) “continuei até que um dia foram aceites” (p.164). No domínio da aeronáutica, uma profissional afirma com veemência a importância de “aceitar essas oportunidades sem vacilar” (...) e de “desafiar o mundo” (p. 52). Naturalmente, surgem também sintomas de autonomia nos discursos analisados. Um empresário refere que no seu percurso pessoal um dos primeiros objetivos era “estar entregue a mim mesmo” (p.113), assim como uma coreografa diz que no seu trabalho criativo “o objetivo é conseguirmos ser únicos” (p. 38).

Tolerância à ambiguidade

É a capacidade de manter uma mente aberta quando se enfrenta informação contraditória e incerta (David Ike)

A investigação tem mostrado forte relação entre criatividade e tolerância à ambiguidade (Hoffman et al., 2021; Romo, 2021; Zesnani et al., 2011) Ser tolerante à ambiguidade predispõe a uma exploração resiliente e intrinsecamente motivada, à abertura e flexibilidade durante o trabalho criativo, à satisfação com a tarefa e à autorregulação. A relação desta última dimensão face à tolerância a ambiguidade e face à criatividade é abordada por Stoycheva (2024). O indivíduo tolerante à ambiguidade consegue assim lidar melhor com obstáculos no processo criativo, sejam eles novidade, incerteza, contradição ou complexidade. Esta característica torna-se um recurso para a gestão das exigências da criação. Apesar da referência a esta característica quando se fala de personalidade criativa e, assim, de potencial criatividade, não foram encontradas frases que traduzissem a presença da tolerância à ambiguidade no cotidiano dos criativos entrevistados. Porém, surgiu uma afirmação que sublinha a importância de tal característica pela sua ausência no trabalho criativo: “lido mal com a incerteza” (...) e assim “não raras vezes apenas ultrapasso incompletamente os obstáculos” (p.149), diz um médico e investigador.

Persistência

A persistência é o combustível da criatividade (Steve Jobs)

Ser autônomo, autoconfiante e persistente não são alheios à persistência. Esta característica é um dos requisitos do modelo explicativo de Amabile (1983) para criatividade e é referida por Feist (2022) na dimensão motivacional da personalidade. Produzir algo criativo implica continuar um investimento mesmo perante obstáculos e fracassos; implica também conseguir a gestão do risco e da dificuldade que a novidade pode acarretar no próprio processo de criação. Há que manter foco e compromisso na tarefa, quer em intensidade, quer em duração (Badger & Jonathan, 2025; Runco, 2023). A persistência surgiu no discurso de quase todos os entrevistados da obra PcS. É significativo que dois deles refiram a mesma expressão do senso comum *apenas nos dicionários a sorte vem antes do trabalho* e que outro relembre que *a sorte dá muito trabalho*. Sublinhavam assim a necessidade de um trabalho contínuo, intenso e focado, o qual só é realizável com persistência. Mais especificamente, um músico aponta “os caminhos com mais

obstáculos são os que mais nos desenvolvem” (p. 27) e um médico é inequívoco face ao seu trabalho: “é necessário muito esforço e persistência” (p.137). Também inequivocamente uma escritora afirma “rasgar, rasgar, rasgar muito (textos). Rasguei tudo e comecei do princípio” (p.164). Por sua vez, a coreografa exprime a importância da persistência na sua criação de uma forma metafórica: “Cair e reerguer-se, como se o chão fosse apenas um impulso para saltar mais alto” (p. 37).

Esta leitura dos testemunhos que praticam criatividade socialmente reconhecida vêm então legitimar as características atribuídas a uma personalidade criativa pela investigação. Como rentabilizar tal perfil no quotidiano a partir da premissa de que criatividade é potencialmente universal?

Discussão

Face à questão anterior, duas etapas se impõem. Por um lado, torna-se necessária a avaliação da personalidade criativa (Wienkamp, 2025) para serem identificadas quer fragilidades, quer potencialidades, nomeadamente em contexto educativo. Esta avaliação tem sido realizada maioritariamente medidas de autorelato (Aziz & Guenther, 2023; Zhou et al., 2020) ao longo de décadas. Há instrumentos do final do século passado ainda famosos, como é o caso do *Creative Perception Inventory* (Kathena & Torrance, 1976) ou da *Personality Scale* de Gough (1979). Ambos apresentam características do indivíduo, relacionadas com criatividade, para que este se avalie. Variadas Escalas foram sendo construídas (e.g. Kaufman & Baer, 2004; Runco, 2001) e na atualidade este interesse pela identificação de uma personalidade criativa continua em diversos países. A Escala do Perfil Criativo (Gibin et al., 2020) no Brasil, a *ACP-Appreciation of Creative Personality* (Jauk et al., 2019), na Alemanha ou a *Creative Personality Scale* (Aziz e Ghunter (2023) na Indonésia, são disso exemplos. Em Portugal, pode-se referir a Escala de Personalidade Criativa de Garcês et al. (2015) ou a de Moraes & Miranda (submetido). Algumas são Escalas unifatoriais, outras apontam para diferentes fatores, normalmente correlacionados. Todas elas acabam por conter várias das características expostas e analisadas neste texto.

Havendo uma avaliação da personalidade criativa, e a partir da afirmação pela investigação de que esta é preditora da criatividade (Lebuda et al., 2021), há então que intencionalmente promover características para ultrapassar limitações (por exemplo, receios, rigidez, dependências socio emocionais) ou para reforçar perfis criativos encontrados. É uma etapa consequente à avaliação. Tal aposta pode ser realizada mesmo com a consciência de que personalidade criativa apenas é uma faceta do potencial criativo a desenvolver e de que a sua associação com criatividade não é linear, sendo influenciada por vários fatores, nomeadamente pelos contextos em que o indivíduo está inserido (Glavenu et al., 2020).

Cropley (2015) avisava que nem todas características de uma personalidade criativa são igualmente fáceis de estimular e se, para algumas, o contexto escolar, por exemplo, pode ser um território privilegiado para essa aposta, para outras, vários contextos terão de interagir. Porém, alguns questionamentos podem ser aqui colocados para possível operacionalização de mudanças.

No contexto educativo atual, até que ponto se educa para a abertura à experiência? Privilegia-se a exploração face à rotina? A novidade face ao desconhecido? A escuta da diferença face ao que é predominante? Os criativos são curiosos. São privilegiadas as perguntas face às respostas? As dúvidas e a criação de *suspense* sobrepõem-se às afirmações? Estimula-se uma amplitude de interesses face a uma (cada vez maior) especialização de conteúdos a dominar? E o humor na educação? Até que ponto se silencia o riso pela importância da sobriedade no ensino? Valoriza-se a compreensão das situações de humor face à sua mera experiência (quando esta existe)? Estimula-se o duplo sentido face ao que é literal? O humor, por sua vez, associa-se a risco. A necessidade de segurança pode enfraquecer desafios? Certezas poderão sobrepor-se à imprevisibilidade? Promove-se mais a coragem ou o receio? A autoconfiança é a chama da criatividade (clamava uma citação anterior). Privilegia-se a tomada de decisões perante a mera cópia do exemplo? Valoriza-se mais o êxito ou o erro? A responsabilidade ou a submissão? O mundo apresenta complexidade, contradições, incertezas de forma cada vez mais intensa (Thornhill-Miller et al., 2023), mas educa-se para a tolerância à ambiguidade? Para a conceção de que (cada vez menos) se gere a vida a preto e branco? Até que ponto se prolonga o

problema e não se foca (unicamente) a solução? se apela ao paradoxo e não ao dogma? Por fim, percorrendo as características acima comentadas, a persistência surge como algo problemático na atualidade. Não há trabalho criativo sem persistir, mas o saber e a resolução de problemas parecem surgir no acesso em segundos ao google ou à IA. Como reencontrar o prazer da complexidade e do esforço? Como valorizar o caminho e não à meta? Como privilegiar a lenta reflexão e não a velocidade da resposta?

Variadas tarefas concretas podiam aqui ser propostas, mas podem ser facilmente intuídas a partir desta questões. Poderá essa proposta acontecer noutro espaço. Autores como Cropley (2015), Starko (2022) ou Badger e Jonhatan (2015) dão sugestões e sublinham a aposta no desenvolvimento de características de um indivíduo criativo em espaços formais e informais de educação. Deixa-se, neste momento, um desafio à criatividade do educador no seu quotidiano.

Agradecimentos

"Este trabalho é financiado pela UID/01661: Centro de Investigação em Educação da Universidade do Minho, através de fundos nacionais da FCT/MCTES-PT.

Referências

- Akpur, U. (2020). Critical, reflexive, creative thinking and their reflections on academic achievement. *Thinkink Skills and Creativity*, 40. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2021.100818>
- Amabile, Teresa M. (1983). The social psychology of creativity: A componential conceptualization. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(2), 357–376. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.45.2.357>
- Arieti, S. (1980). *Creativity: The magic synthesis*. Basic Books
- Aziz, R. & Guenther, U. A.** (2023). Psychometric properties of Creative Personality Scale among secondary school students. *Jurnal Pengukuran Psikologi dan Pendidikan Indonesia*, 12(2), 162–176. <http://dx.doi.org/10.15408/jp3i.v12i2.31808>
- Badger, C & Jonathan, F. (2025). *Creativity for teachers – a cognitive science approach*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781032719221>

- Barron, F. (1969). *Creative person and the creative process*. Holt, Rinehart, & Winston.
- Beghetto, O. R. (2019). The role of humor in teaching for creativity. In S. R. Luria, John Baer & J.s C. Kaufman (Eds.), *Explorations in creativity research: Creativity and humor* (pp. 143–155). Academic Press.
- Benedeck, M. (2024). On the relationship between creative potential and creative achievement: Challenges and future directions. *Learning and Individual Differences*, 110, 102424. <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2024.102424>
- Cropley, A. (2015). *Creativity in education and learning: A guide for teachers and educators* (ebook). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203826270>
- Doyle, C. L. (2022). Creative experience—multiple worlds, projects, emotions, and endpoints: On Glăveanu & Beghetto’s definition of creativity. *Creativity Research Journal*. <https://doi.org/10.1080/10400419.2022.2115643>
- Eysenck, H. J. (1993). Creativity and personality: Suggestions for a theory. *Psychological Inquiry*, 4(3), 147–178.
- Eysenck, H. J. (1995). *Genius: The natural history of creativity*. Cambridge University Press.
- Feist, G. J. (1998). A meta-analysis of personality in scientific and artistic creativity. *Personality and Social Psychology Review*, 2(4), 290–309. https://doi.org/10.1207/s15327957pspr0204_5
- Feist, G. J. (2019). The function of personality in creativity: Updates on the creative personality. In J.s C. Kaufman & R.t J. Sternberg (Eds.), *The Cambridge Handbook of Creativity* (pp. 353–373). Cambridge University Press.
- Feist, G. J. (2022). The creative personality – current understandings and debates. In Jonathan Plucker (Ed.), *Creativity and innovation: Theory, research and practice* (pp. 45–669). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003233923>
- Garcês, S.; Pocinho, M.; De Jesus, S.N.; Viseu, J.; Imaginário, S., & Wechler, S. M. (2015). Estudo de validação da escala de personalidade criativa. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación e Avaliação Psicológica*, 2(40), 17–24.
- Gibem, Q. G. M. T. & Wechler, S. M. (2020). Escala de Perfil Criativo: Construção de Instrumento e Estudos Psicométricos. *Avaliação Psicológica*, 19(4), 382–389. <https://doi.org/10.15689/ap.2020.1904.17855.04>

- Glaveanu, V. P.; Hanson, M. H.; Baer, J.; Barbot, B.; Claap, E. P.; Corazza, G. E.; Hennessey, B., & Kaufman, J. C. (2020). Advancing creativity theory and research: A socio-cultural manifesto. *The Journal of Creative Behavior*, 54(3), 741–745. <https://doi.org/10.1002/jocb.395>
- Gough, H. G. (1979). A creative personality scale for the Adjective Check List. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(8), 1398–1405.
- Grajzel, K.; Acar, S., & Singer, G.(2023). The Big Five and divergent thinking: A meta-analysis. *Personality and Individual Differences*, 214, 112338. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2023.112338>
- Gupta, A.; Pathak, S. & Panwar, N. (2024). Interplay between personality and attitude towards emotions with creative self-concept among young adults. *BMC Psychology*, 12(1), 705. <https://doi.org/10.1186/s40359-024-02128-3>
- Hoffmann, J.; Ivcevic, Z.& Feist, G. J. (2021). Personality, emotions, and creativity. In J.C. Kaufman & R. J. Sternberg (Eds.), *Creativity: An introduction* (pp. 152–175). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108776721.010>
- Isaksen, S. J. (2023). Developing creative potencial: the power of process, people and place. *Journal of Advance Academics*, 34(2),11-144. <https://doi.org/10.1177/1932202X231156389>
- Jauk, E.; Eberhardt, L.; Koschmieder, C.; Diedrich, J.; Pretsch, J.; Benedeck, M., & Neubauer, A.a C. (2019). A new measure for the assessment of appreciation for creative personality. *Creativity Research Journal*, 31(2), 149–163. <https://doi.org/10.1080/10400419.2019.1606622>.
- Jirout, J. J., Evans, N. S., & Hirsh-Pasek, K. (2024). Curious? The relationship between curiosity and creativity is likely NOT novelty. *The Behavioral and brain sciences*, 47, e103. <https://doi.org/10.1017/S0140525X23003357>
- Karwowski M.; Lebuda, I., & Beguetto, R. A.** (2019). Creative self-beliefs. In J.s C. Kaufman & R.J. Sternberg (Eds.), *The Cambridge Handbook of Creativity* (pp. 396–418). Cambridge University Press.
- Karwowski, M., & Lebuda, I. (2016). The big five, the huge two, and creative self-beliefs: A meta-analysis. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 10(2), 214–232. <https://doi.org/10.1037/aca0000035>
- Kaufman, J. C., & Baer, J.** (2004). Sure, I'm creative—but not in mathematics!: Self-reported creativity in diverse domains. *Empirical Studies of the Arts*, 22(2), 143–155.
- Kaufman, J.C., & Glaveanu, V.** (2022). Positive creativity in a negative world. *Education Sciences*, 12, 193. <https://doi.org/10.3390/educsci12030193>

- Kaufman, J.s C.; Glaveanu, V., & Sterneberg, R. J.** (2019). What is and what can be. In J. C. Kaufman & R. J. Sternberg (Eds.), *The Cambridge Handbook of Creativity* (pp. 732–743). Cambridge University Press.
- Khatena, J., & Torrance, E. P.** (1976). *Khatena-Torrance Creative Perception Inventory*. Stoelting Company.
- Koestler, A., & Burt, C. (1989). *The act of creation*. Arkaya
- Lambert, P. A.** (2020). The order-chaos dynamic of creativity. *Creativity Research Journal*, 32(4), 431–446. <https://doi.org/10.1080/10400419.2020.1821562>
- Lebuda, I.; Zielinska, A., & Karwowski, M.** (2021). On surface and core predictors of real-life creativity. *Thinking Skills and Creativity*, 42, 10097. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2021.10097>
- Lebuda, I..** (2024). Broadening perspective on creative personality: Surface and core characteristics as predictors of creative achievements. *Creativity Research Journal*, 1–7. <https://doi.org/10.1080/10400419.2023.2300198>
- Lu, J. G.; Martin, A.; Usova, A., & Galinsky, A. D.** (2019). Creativity and humor across cultures: Where Aha meets Haha. In S. R. Luria, J. Baer, & J. C. Kaufman (Eds.), *Creativity and Humor* (pp. 183–203). Elsevier Academic Press.
- Lubart, T., & Thornmhill-Miller, B.** (2019). Creativity: An overview of the 7C's of creative thought. In Robert J. Sternberg & Joachim Funke (Eds.), *Psychology of Human Thought* (pp. 279–306). Heidelberg University Publishing. <https://doi.org/10.17885/heiup.470>
- Mackinnon, D. W.** (1978). *In search of human effectiveness: Identifying and developing creativity*. Creative Education Association.
- McCrae R., & Costa, P. T.** (1999). A five-factor theory of personality. In L. A. Pervin & O. P. Jonh (Eds.), *Personality, Theory and Research* (pp.139-153). Guilford Press.
- Morais, M. F., & Fleith, D. S. (2017). Conceito e avaliação de criatividade. In L. S. Almeida (Ed.), *Criatividade e pensamento crítico: conceito, avaliação e desenvolvimento* (pp. 19-44). CERPSI
- Morais, M. F. & Miranda, L. (submetido). Personalidade criativa: Validação de uma Escala para Portugal
- Rocha, A. et al., (2021). *Percursos com sentido*. ANEIS.

- Romo, M., & Porto, M., (2021). Características pessoais de mulheres altamente criativas: uma revisão sistemática. *Revista Ibero-Americana de Criatividade e Inovação-RECRIA*, 2(04).
- Root-Bernstein, M.** (2020). Avocations. In M. Runco & S.n Pritzker (Eds.), *Encyclopedia of Creativity*, vol. 1 (pp. 103–110). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-809324-5.23642-0>
- Runco, M. A.** (2023). Personality and motivation. In M. A. Runco (Ed.), *Creativity Research, Development, and Practice* (pp. 37–79). Academic Press.
- Runco, M.; Plucker, R. J., & Lim, W.** (2001). Development and psychometric integrity of a measure of ideational behavior. *Creativity Research Journal*, 13(3–4), 393–400. https://doi.org/10.1207/S15326934CRJ1334_16
- Saharah, A.; Guritno, P.; Rengganis, R.; Dewi, R.; Saufi, R., & Permarupan, Y.** (2023). Personality traits, individual resilience, openness to experience and young digital entrepreneurship intention. *International Journal of Data and Network Science*, 7(3), 1193–1204. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.5.005>
- Shaw, A. & Choi, J.** (2023). Get creative to get ahead? How personality contributes to creative performance and perceptions by supervisors at work. *Acta Psychologica*, 233, 103835. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.103835>
- Silvia, P. J., Christensen, A. P., & Cotter, K. N. (2021). Right-wing authoritarians aren't very funny: RWA, personality, and creative humor production. *Personality and Individual Differences*, 170, 110421.
- Sternberg, R.** (2018). The nature of human creativity. In R. J. Sternberg (Ed.), *The Nature of Human Creativity*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108185936>
- Sternberg, R. J., O'Hara, L. A., & Lubart, T. I. (1997). Creativity as Investment. *California Management Review*, 40(1), 8–21. <https://doi.org/10.2307/41165919>
- Stoycheva, K. (2024), Tolerance of ambiguity and the creative action: To engage and endure. *Journal of Creativity Behaviour*. <https://doi.org/10.1002/jocb.1506>
- Thornhill-Milller, B., Camarda, A., Mercier, M., Burkhardt, J-M., Morisseau, T., Bourgeois-Bourgrine, S., & Lubart, T. (2023). Creativity, critical thinkink, communication and collaboration: Assessment, certificationand promotion of 21 century skills for the future of work and education. *Jouurnal of Intelligence*, 11(3), 54.

Vincent-Lancrin, S. (2021). Fostering students' creativity and critical thinking in science education. In A. Berry, C. Buntting, D. Corrigan, R. Gunstone & A. Jones (Eds.), *Education in the 21st Century* (pp. 29–47). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-85300-6_3

Vitrano, D.; Altarriba, J., & Leblebici-Basar, D. (2021). Revisiting Mednick's (1962) theory of creativity with a composite measure of creativity: The effect of stimulus type on word association production. *Journal of Creative Behavior*, 55(4), 925–936. <https://doi.org/10.1002/jocb.498>

Wienkamp, H. (2025). *Creativity diagnostics*. Spring.

Zesnani F., Besançon, M., & Lubart, T. (2011), Creativity and tolerance of ambiguity: An empirical study. *The Journal of Creative Behaviour*, 42, 61-73. <https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.2008.tb01080.x>

Zhou, J.; Xu, X., & Li, Y. (2020). Creative enough to become an entrepreneur: A multi-wave study of creative personality, education, entrepreneurial identity, and innovation. *Sustainability*, 12(10). <https://doi.org/10.3390/SU12104043>

Submetido: 18/06/2025

Aprovado: 27/06/2025.

Publicado: 01/07/2025

Autoria

Maria de Fátima Moraes

Instituto de Educação – Universidade do Minho. Centro de Investigação em Educação (CIEd) Email: famora@ie.uminho.pt ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8180-6687> <https://www.cienciavita.pt/1910-E007-EC8C>