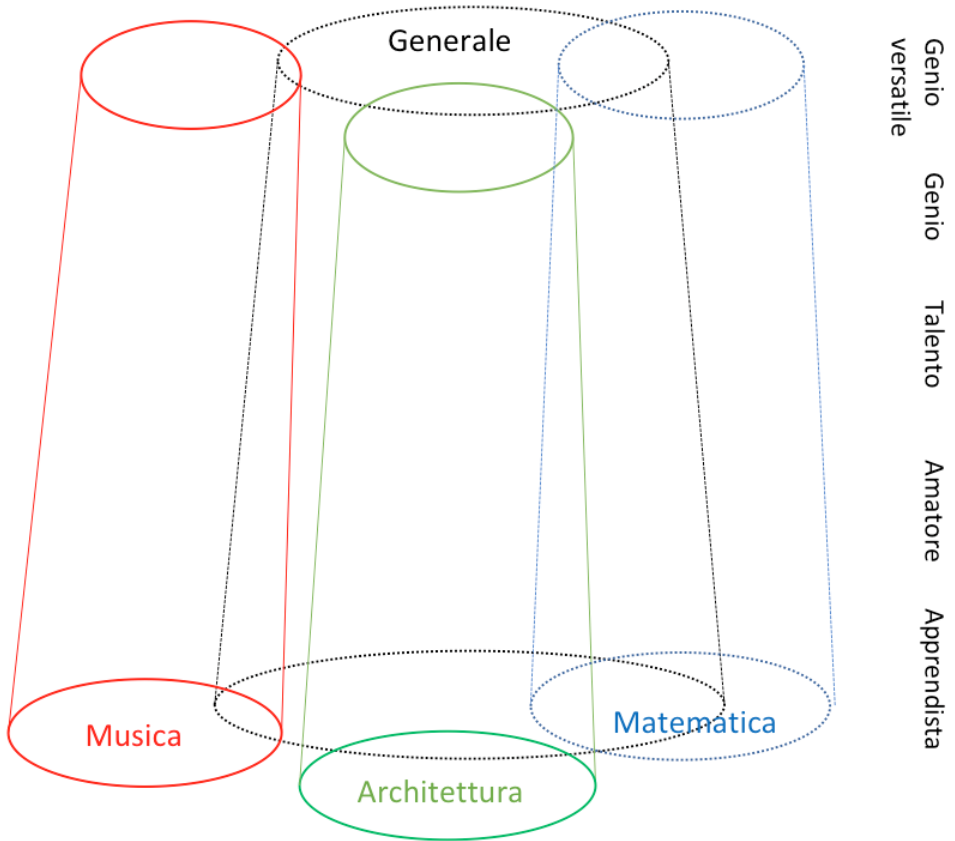


Esempi di uso nuovo e utile di una sedia  
(figura inserita nel paragrafo 1.3.)



Aspetti generali e specifici della creatività e loro livelli  
(figura inserita nel paragrafo 1.4.)



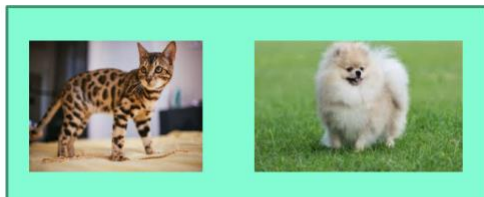
Primo compito di categorizzazione: stimoli iniziali  
(figura inserita nel paragrafo 3.1.)



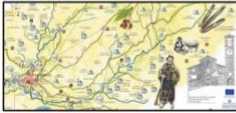
Primo compito di categorizzazione: una prima possibile risposta  
(figura inserita nel paragrafo 3.1.)



Primo compito di categorizzazione: una seconda possibile risposta  
(figura inserita nel paragrafo 3.1.)



Secondo compito di categorizzazione: stimoli iniziali  
(figura inserita nel paragrafo 3.1.)



Secondo compito di categorizzazione: una prima possibile risposta  
(figura inserita nel paragrafo 3.1.)

1



Secondo compito di categorizzazione: una seconda possibile risposta  
(figura inserita nel paragrafo 3.1.)

2



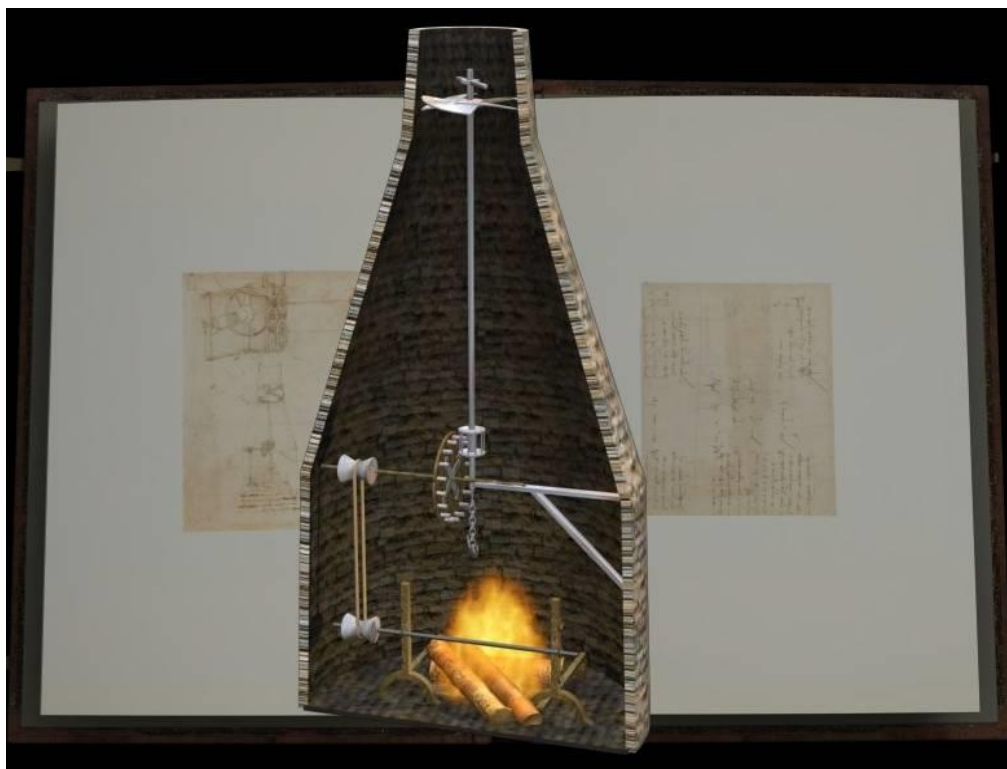


Secondo compito di categorizzazione: una terza possibile risposta  
(figura inserita nel paragrafo 3.1.)

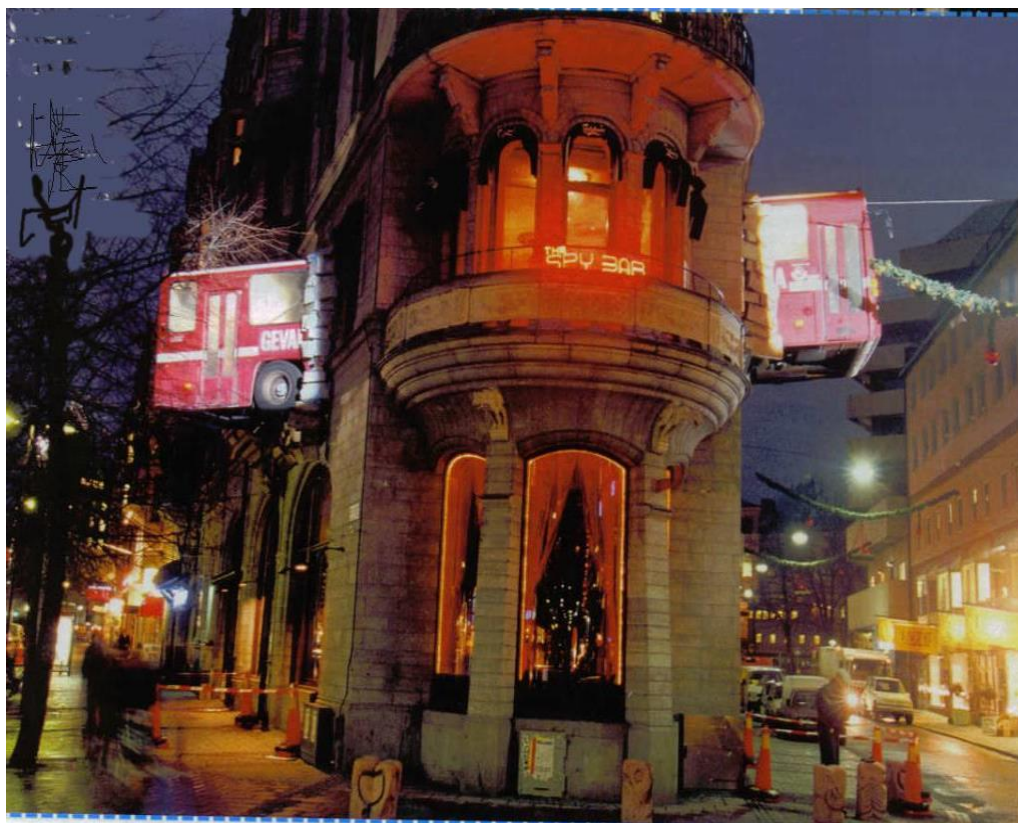
3



L'invenzione di Leonardo del "girarrosto automatico"  
(figura inserita nel paragrafo 6.2.)



Esempio di trovata pubblicitaria basata su un'associazione inconsueta  
(figura inserita nel paragrafo 6.2.)



Esempi di figure nascoste  
impiegate nella rilevazione della campo-dipendenza/indipendenza  
(figura inserita nel paragrafo 8.2.)

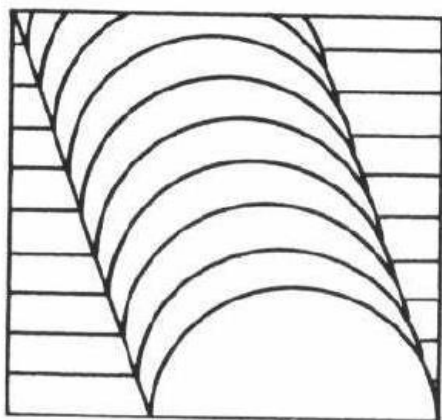
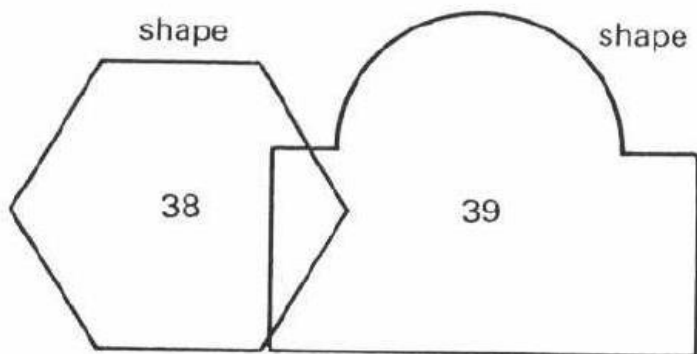
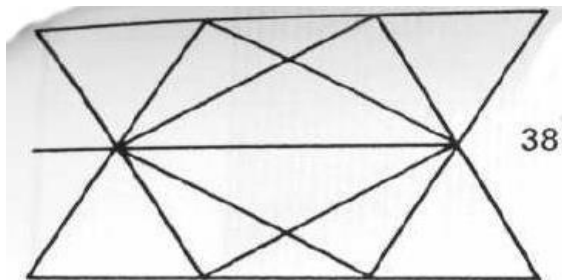


Immagine tridimensionale per la rilevazione  
della flessibilità figurale spontanea  
(figura inserita nel paragrafo 8.2.)

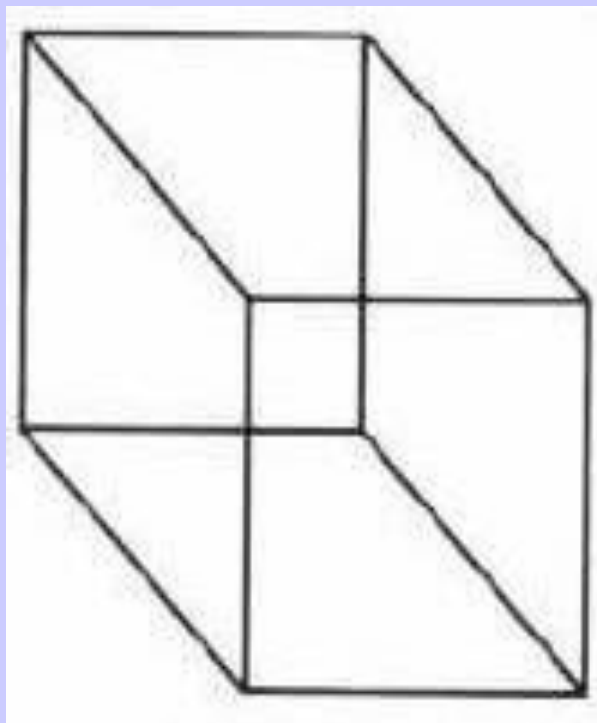


Immagine tridimensionale per la rilevazione  
della flessibilità figurale spontanea:  
prima possibile interpretazione  
(figura inserita nel paragrafo 8.2.)

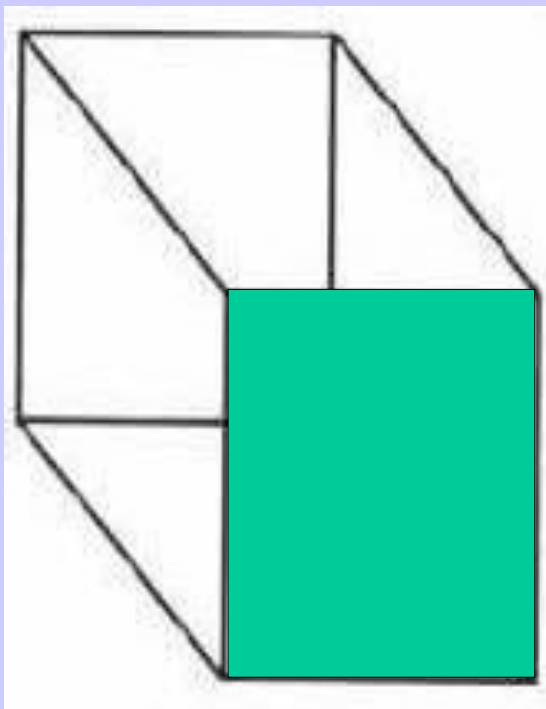
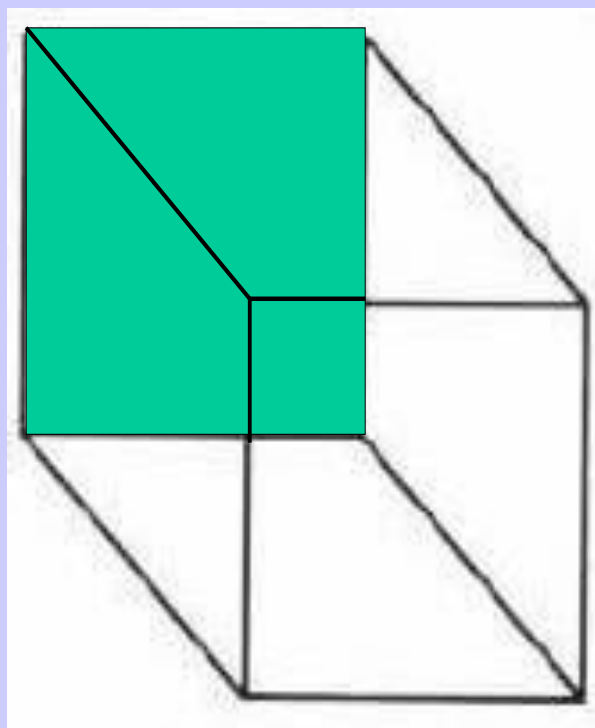
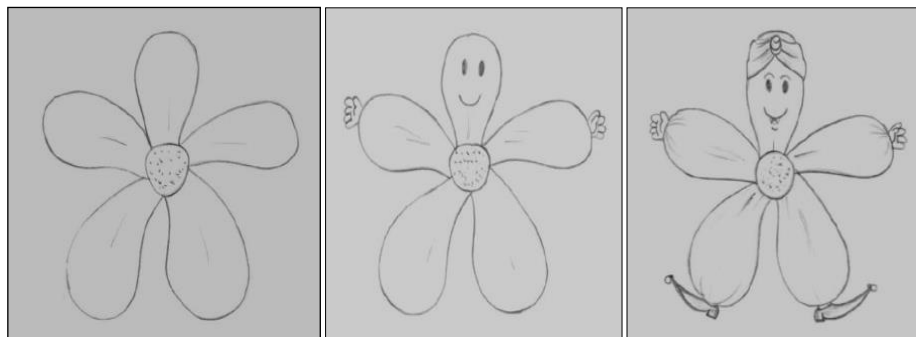
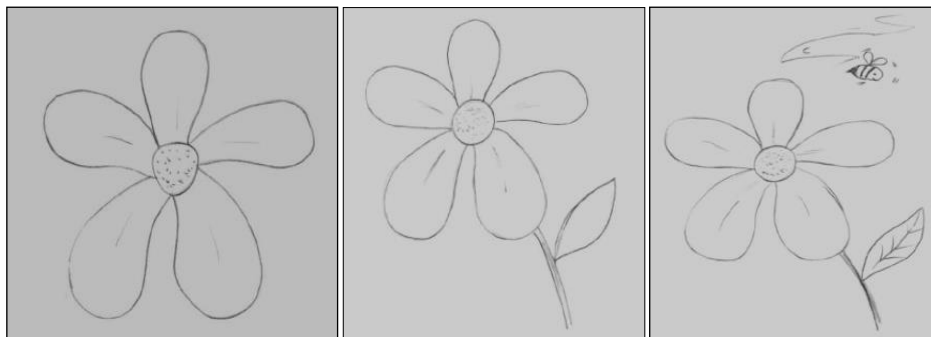


Immagine tridimensionale per la rilevazione  
della flessibilità figurale spontanea:  
seconda possibile interpretazione  
(figura inserita nel paragrafo 8.2.)



Descrizione del processo di generazione di un disegno  
nella versione non creativa (prima sequenza)  
e creativa (seconda sequenza)  
(figura inserita nel paragrafo 9.1.)






Descrizione del processo di generazione della pubblicità di una poltrona  
 nella versione non creativa (sequenza a sinistra)  
 e creativa (sequenza a destra)  
 (figura inserita nel paragrafo 9.1.)

<p><b>Initial draft</b>                  (Text: "Can a piece of our house be designed by someone else?")</p> 	
<p><b>Intermediate draft – Non-creative</b>                  (Text: "Can a part of our house be designed by someone else?")</p> 	<p><b>Intermediate draft – Creative</b>                  (Text: "Can a piece of our life be designed by someone else?")</p> 
<p><b>Final draft – Non-creative</b>                  (Text: "Can a part of our house be designed by someone else?")</p> 	<p><b>Final draft – Creative</b>                  (Text: "Can a piece of our life be designed by someone else?")</p> 

Descrizione del processo di generazione della pubblicità di una lavatrice  
nella versione non creativa (sequenza a sinistra)  
e creativa (sequenza a destra)  
(figura inserita nel paragrafo 9.1.)

<p style="text-align: center;"><b>Initial draft</b> (Text: "Aqualta: absolutely different")</p> <p style="text-align: center;">AQUALTA: ASSOLUTAMENTE DIVERSA.</p> 	
<p><b>Intermediate draft – Non-creative</b> (Text: "Aqualta: definitely different")</p> <p>AQUALTA: DECISAMENTE DIVERSA.</p> 	<p><b>Intermediate draft creative</b> (Text: "Aqualta: deeply different")</p> 
<p><b>Final draft – Non-creative</b> (Text: "Aqualta: definitely different")</p> <p>AQUALTA: DECISAMENTE DIVERSA.</p> 	<p><b>Final draft creative</b> (Text: "Aqualta: deeply different")</p> 