

De que falamos quando falamos de criatividade?

¹Ana Bela Mendes

Muitos têm sido os mitos que se geraram em torno do conceito de criatividade, onde se generalizou a ideia de que a criatividade seria algo de transcendente, privilégio a que alguns indivíduos iluminados teriam acesso, o que impediu, durante largo tempo, o seu estudo e aprofundamento científico. A ciência, ao desfazer o halo do divino de que se revestia o conceito, conferiu-lhe uma consistência mais próxima da entidade humana. As propostas da psicologia, através de estudos empíricos, trouxeram-nos a possibilidade de uma melhor compreensão do fenómeno, abrindo caminhos para o conhecimento da sua estrutura, definição, estimulação e reflexão sobre a sua natureza. O estudo da criatividade implicará definir os seus limites, considerar as dimensões definidas para a sua abordagem, concorrendo, deste modo, para um olhar esclarecido sobre este complexo constructo. Guilford (1967) na sua definição da estrutura do intelecto, ao ter desvendado as aptidões cognitivas que integram a criatividade, desvendou, igualmente, que a criatividade não é um bloco uno, monolítico. Foi, pois, a partir deste conhecimento que vários investigadores se dedicaram ao estudo de métodos e técnicas, desenvolvendo um conjunto de procedimentos promotores e facilitadores da estimulação destas aptidões criativas, transversais a todas as áreas do conhecimento.

¹ Professora Adjunta, aposentada, doutorada em Psicologia social (criatividade), licenciada em escultura, lecionou a disciplina de "Aprendizagem e Criatividade" no mestrado de educação artística, entre outras disciplinas. Foi coordenadora do mestrado para a variante de artes visuais e orientou dissertações deste mestrado.

De que falamos quando falamos de criatividade

Falamos de uma capacidade que faz parte da inteligência geral, esta, também uma capacidade que permite ao sujeito recolher informação, organizá-la e transformá-la, adaptando-se ao meio e o meio a si. Falamos de uma capacidade adaptativa, inata, que faz parte do equipamento biológico de todos os indivíduos, em maior ou menor grau, capacitando-os para a resolução de problemas tanto quotidianos, como eminentes. Falamos de um conjunto de disposições internas (aptidões, modo de pensar divergente) que permitem ao sujeito, perante um estímulo, encontrar associações diferentes das habituais. Segundo Marina (1993), o homem possui uma inteligência criadora: “adapta-se ao meio adaptando o meio às suas necessidades (...) inventa possibilidades (...) aumenta o espaço que por natureza lhe correspondia, atravessando-o com a ajuda de rodas, remos, esquis, (...) inventou 19000 línguas e a ópera (...) o homem não para (...)” (p. 19). Para Romo (1997), as teorias explícitas dos psicólogos aproximam-nos de uma explicação científica da criatividade humana, o que significa derrubar o mito sem retirar a grandeza que envolve a criatividade, uma vez que se pode explicar a criatividade, investigando como sucede o trabalho da mente. Acabar com o mito do génio significa conhecer, aprender e democratizar a criatividade.

Habitualmente definida como uma combinação original de ideias conhecidas ou como a capacidade de estabelecer, tanto na arte como na ciência, relações até aí desconhecidas Beaudot (1973), a criatividade é um potencial humano que transforma o meio inovando-o e é uma atividade intencional.

Tem carácter multidimensional, porque o seu estudo só é completo quando se considerarem as quatro dimensões que estão nela implicadas, bem como as relações que se estabelecem entre elas: a pessoa, o processo, o produto e o meio.

A criatividade implica uma disposição para o original. O original, segundo Barron (1955) deverá ser definido em relação ao habitual e o grau de originalidade deverá ser especificado, estatisticamente, contando o número de vezes que um facto se produz. Uma capacidade que traz inovação e novidade, embora, estes aspetos estejam sempre subordinados à apreciação do contexto histórico e social onde emerge a manifestação criativa.

Exige um conhecimento específico do domínio onde se exerce e, à medida que a criatividade for mais expressiva, mais importante será o conhecimento necessário: “A criatividade obriga também o desenvolvimento de potencialidades, tipicamente inconscientes e de um grande número de capacidades psicológicas quotidianas, tais como observar, relembrar e reconhecer. Cada uma dessas capacidades envolve processos interpretativos subtis e estruturas complexas de pensamento” (Boden, 1991, p. 229).

A partir dos anos 80 a abordagem da criatividade é encarada numa perspetiva multivariada. Para Sternberg e Lubart (1995), a criatividade requer a combinação de vários fatores tais como: Os “fatores cognitivos”, que vão influir nas operações do processo criativo, que integram o grau de conhecimento específico e geral, a inteligência, as técnicas e os talentos particulares de um domínio específico. O conhecimento refere-se às informações que são guardadas em memória e fornece uma grande parte do material sobre o qual operam os processos de tratamento da informação. O conhecimento permite não inventar o que já foi inventado e permite tirar partido de acontecimentos observados por acaso. Os “fatores conativos”, integram o tipo de motivações que o sujeito privilegia no

desenvolvimento de uma tarefa, os seus traços de personalidade, que deverão facilitar a utilização eficaz dos componentes cognitivos que intervêm no processo criativo, os estilos cognitivos (modo preferencial de pensar) que permitirão afrontar o problema mais facilmente.

Os “fatores emocionais”, se positivos, poderão propiciar uma interpretação inovadora dos estímulos, por os mecanismos inibitórios estarem temporariamente desativados. O estado emocional é por definição um estado transitório. É uma resposta a um estímulo externo. Os estados emocionais geram processos cognitivos de avaliação de uma situação e orientam os comportamentos.

Os fatores ambientais, “contexto cultural”, desempenham um papel sobre a criatividade na medida em que agem sobre a conceção e o nível de atividade criativa, pois, uma cultura pode encorajar ou contrariar a criatividade dos indivíduos.

Também a psicologia social contribuiu para o estudo da criatividade deslocando a questão “o que é a criatividade”, para, “onde está a criatividade” (Csikszentmihalyi, 1996). Este autor lança o debate sobre a relação sistémica que se estabelece entre três sistemas: o indivíduo, o domínio (disciplina) e o campo (juízes e instituições), sancionados para avaliar o grau e a pertinência da inovação. Este sistema triangular de carácter biunívoco entre cada um dos seus componentes pressupõe que cada um destes sistemas seja detentor das regras de funcionamento dos outros. Deste modo, o indivíduo terá de conhecer profundamente as regras da disciplina onde exerce o trabalho criativo, para que possa produzir ruturas no quadro conceptual do seu domínio (Boden, 1991) e produzir algo novo. Do mesmo modo, também deverá ser detentor das regras do campo que, por sua vez, sancionará a produção criativa.

E de criação?

Ao falarmos de criação estamos a evocar o ato de produzir, pelos seus próprios meios, uma ideia, um objeto, um texto, uma descoberta científica, etc. A criação implica um processo interno de utilização e de raciocínio sobre os dados fornecidos pela perceção (o conhecimento), com o apoio da imaginação e da procura heurística. A criação está ligada a um potencial, a criatividade, modo divergente de pensar sobre os dados da perceção, o que permitirá ao sujeito alcançar a originalidade no produto criado. Criar é pôr em relação elementos de domínios diferentes do conhecimento, que não estiveram em relação até esse momento. Esta nova relação consagra o carácter original da produção. A criação está ligada à possibilidade de realização e o produto criado deverá ser aceite pelo grupo social. Nesse caso, poderemos falar de inovação ao haver socialização da criação. Este momento traduz o reconhecimento pelo meio de que o produto é verdadeiramente original, adequado e altera o quadro conceptual do domínio no qual se opera a criação.

A criação implica 3 tempos: um primeiro, o do processo de criação, um segundo, o da realização propriamente dita, e um terceiro, o da socialização do produto (Mendes, 2002). O reconhecimento da novidade pode tardar a emergir, algumas vezes, séculos!

O grau de criatividade do produto da criação será avaliado segundo as regras do domínio no qual se inscreve. Mas, um primeiro nível de avaliação do produto pertence ao criador. O criador avaliará se a solução que encontrou para o problema inicial é realizável, adequada e verdadeiramente inovadora. Só divulgará a nova ideia, após a sua avaliação pessoal.

No domínio artístico, uma avaliação pessoal do criador pode não chegar a uma socialização

do produto. É uma avaliação puramente ligada ao seu nível de satisfação. Ele não sente, nesse momento, a necessidade de ser aceite pelo grupo de pares ou pelo grupo social. O criador terminou o que considera no seu ato criador como uma obra pessoal. Os dois aspectos de acabar e assinar são características fundamentais do “sentimento de ter feito obra”.

Conclusão

Ao evocarmos o conceito de criatividade falamos de uma capacidade adaptativa, inata, capacitando o indivíduo para a resolução de problemas tanto quotidianos, como eminentes. Falamos de um conjunto de disposições internas (aptidões, modo de pensar divergente) que permitem ao sujeito, perante um estímulo, encontrar associações diferentes das habituais.

Criar é pôr em relação elementos de domínios distintos do conhecimento que até aí nunca estiveram ligados. É esta relação improvável que confere o carácter original a uma produção.

A criação implica um processo interno de utilização do conhecimento, com o apoio da imaginação, que está associada a um potencial, a criatividade. Um criativo será a pessoa que regularmente soluciona problemas, cria produtos ou define novas questões num domínio do conhecimento e que acaba sendo aceite por um ambiente cultural (Gardner, 1993).

Inovação e criatividade são conceitos muito próximos. Ambos refletem processos transformadores e valiosos para a sociedade. A inovação aporta diferença, valor e utilidade social. A criatividade é uma capacidade pessoal que associada à imaginação permite gerar algo inexistente. Por se tratar de uma capacidade, a criatividade poderá ser ampliada, educada, através de modelos, técnicas e instrumentos que através de processos sistematizados conduzem à sua estimulação.

Em nossa opinião, o estudo da criatividade é urgente e premente, devendo ser considerado como conteúdo ou disciplina autónoma em todos os graus de ensino, onde os seus níveis de prossecução seriam adaptados aos desafios que os distintos níveis etários exigem.

A estimulação do pensamento criativo guia-o numa direcção de divergência, despertando a sensibilidade aos problemas, desenvolvendo as aptidões de fluidez e flexibilidade e atitudes de curiosidade, tolerância à ambiguidade e perseverança, todos contributos para a geração de uma sociedade mais inovadora, com soluções mais pertinentes para os reptos que esta nova era nos coloca, promovendo a formação de cidadãos críticos e interventivos.

Referências

- Barron, F. (1955). Disposition pour l'originalité. In A. Beaudot, *La créativité, recherches américaines*. Paris: Dunod.
- Beaudot, A. (1973). *La créativité, recherches américaines*. Paris: Dunod.
- Boden, M. (1991). *La mente creativa*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Csikszentmihaly, M. (1996). *Creatividad*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Gardner, H. (1993). *Mentes que criam*. Porto Alegre, Brasil: Artes Médicas, Sul Lda.
- Guilford, J.P. (1967). *The nature of human intelligence*. N.Y: Mc. Graw Hill
- Marina A. (1993). *Teoria da la inteligencia creadora*. Barcelona: Editorial Anagrama, s.a.
- Mendes, A. B. (2002). *La créativité graphique chez l'enfant de 10 à 12 ans* (thèse de doctorat non publiée). Université de Toulouse Jean Jaurès.
- Romo, M. (1997). *Psicología de la creatividad*. Barcelona: Ediciones Paidós Iberica.
- Sternberg & Lubart (1995). *Defying the crowd: cultivating creativity in a culture of conformity*. New York: Free press.