

PREDIÇÃO DA CRIATIVIDADE E SAÚDE MENTAL CREATIVITY PREDICTION AND MENTAL HEALTH

Soraia Garcês¹, Margarida Pocinho¹ & Saul Neves de Jesus²

1 - Universidade da Madeira, Portugal, 2 - Universidade do Algarve, Portugal

RESUMO - A criatividade tem sido mencionada desde há muito tempo pela literatura. A forma de a conceptualizar tem dependido em muito dos investigadores e da sua visão sobre o que é criatividade, porém as suas potencialidades têm tomado cada vez mais interesse pela comunidade científica. Os seus benefícios estendem-se a diversas áreas da vida humana, como sentimentos de satisfação, bem-estar e saúde mental. A investigação aqui apresentada procura encontrar modelos preditivos de comportamentos criativos, pressupondo que estes poderão ser de grande auxílio para o desenvolvimento de um melhor bem-estar psicológico. Assim a investigação comportou o uso de quatro variáveis: a pessoa, o processo, o produto e o ambiente criativo. A amostra contou com 215 estudantes universitários e os resultados revelaram o encontro de quatro modelos preditivos de comportamentos criativos, com uma maior ênfase nas artes visuais e manuais. Conclui-se com a ideia de que a predição de produtos criativos é possível e que tal poderá ser preponderante para um bom desenvolvimento da saúde mental.

Palavras-chave - Comportamentos criativos; criatividade; predição; produto criativo; saúde mental.

ABSTRACT - Creativity has been mentioned by the literature for a long time. The way each one of was conceptualize it differs from researcher to researcher and his or her way of interpreting it, however its potential has been receiving an increasing interest by the scientific community. Its benefits extend to many human life fields, including satisfaction, well-being and mental health. This research tries to find a creative behavior prediction model, assuming that it will help on the development of a better psychological well-being. So this research used four main variables: the creative person, the creative process, the creative product and the creative environment. The sample featured 215 college students and the results revealed four predictive models of creative behaviors, with a greater emphasis on the visual arts and crafts. We conclude with the idea that, it's possible to predict creative products and that it can be of great importance to a good mental health development.

Keywords - Creativity; creative behaviors; creative product; mental health; prediction.

Recebido em 31 de Maio de 2013/ Aceite em 17 de Junho de 2013

A criatividade tem vindo a ocupar um lugar de destaque na sociedade atual, sendo que Hennessey e Amabile (2010) consideram até que esta é a chave para o desenvolvimento e para a evolução da civilização.

A compreensão deste constructo tem tomado porém várias direções e caminhos desde as primeiras conceptualizações que encararam a criatividade como fruto de uma inspiração divina (Sternberg & Lubart, 2009) até as mais recentes conceptualizações que consideram-na numa perspetiva multidimensional, como é o caso da teoria componencial desenvolvida por

Amabile (Amabile, 1983, 1985; Collins & Amabile, 2009; Hennessey & Amabile, 2010) a teoria de sistemas de Csikszentmihalyi (Csikszentmihalyi, 2007, 2009) ou ainda a teoria do investimento criativo de Sternberg e Lubart (Sternberg & Lubart, 2009; Sternberg, O'Hara, & Lubart, 1997).

Na verdade esta procura por compreender este conceito tem sido uma aventura, muitos tem tentado encontrar uma definição aceite por todos, mas tal é ainda um desafio. Rhodes (1961) tentou na sua época encontrar a definição, pesquisando na literatura, contudo o que encontrou foi uma imensidão de ideias e conceitos sobre criatividade. O seu trabalho todavia não foi em vão. Apesar de verificar que as inúmeras definições que encontrou divergiam por diferentes caminhos, observou que muitas se interligavam ao nível do conteúdo. Neste sentido, deu início a uma das primeiras categorizações da criatividade, conceptualizando-a em quatro aspetos distintos, mas interligados: a pessoa, o processo, o produto e o ambiente criativo (Rhodes, 1961). Pelas suas palavras,

the word creativity is a noun naming the phenomenon in which a person communicates a new concept (which is the product). Mental activity (or mental process) is implicit in the definition, and of course no one could conceive of a person living or operating in a vacuum, so the term *press* is also implicit (Rhodes, 1961, p.305).

Contudo, uma das questões mais importantes que se coloca é porquê continuar a estudá-la e a desenvolvê-la? Alencar (2007) responde afirmando que criar é uma ação saudável que nos direciona para sentimentos de satisfação. Outro ponto que coloca é o facto de que a sociedade atual encontra-se numa situação de grande incerteza profissional e a criatividade pode ser um elemento fundamental na obtenção de um emprego (Alencar, 2007). Por último, Alencar (2007) enfatiza que qualquer indivíduo tem potencial criativo e a sua repressão poderá impossibilitar um sentimento de autorrealização pessoal e a impossibilidade de descoberta de novos talentos.

Atualmente o focar a nossa atenção nas potencialidades e competências dos indivíduos ao invés de “remediar” as suas debilidades é francamente mais apelativo. Podemos ver que o desenvolvimento da criatividade na escola toma cada vez mais importância pois será um suporte para o próprio rendimento académico, mas também possibilita encontrar um ambiente apropriado para um bom desenvolvimento emocional e mental, sendo que a criatividade poderá ser encarada como um meio de prevenir desajustamentos emocionais (Wechsler, 2008). O sector empresarial também identificou a criatividade como sendo um motor para o desenvolvimento económico e técnico (Akarakiri, 1998; Amabile, 1998; King, 1998; Robinson & Stern, 1997; Stevens & Burley, 1999), sendo que até mesmo no campo tecnológico tem-se verificado a aplicação da mesma (Clements, 1995; Kappel & Rubenstein, 1999). Também noutros campos começa-se a perspectivar a relevância da criatividade como é o caso da liderança nos locais de trabalho (Tierney, Farmer, & Graen, 1999), vocação e sucesso profissional (Torrance, 1972, 1981), bem-estar psicológico, *coping*, crescimento emocional (King & Pope, 1999; Russ, 1998) ou ainda na manutenção de relações amorosas saudáveis (Livingston, 1999). Esta nova forma de encarar a criatividade, ou seja, considera-la como uma componente vital para diversos aspetos da vida quotidiana e ainda para o desenvolvimento de sentimentos de bem-estar e saúde mental é sem dúvida um dos pontos mais aliciantes para a continuação do seu estudo e do seu desenvolvimento. Wechsler (2008, p.84) realça esta importância ao afirmar que

Considerando-se a criatividade como forma de ajudar o indivíduo a desenvolver totalmente o seu potencial, ela dará ao indivíduo forças internas para resolver os seus problemas presentes e condições para reagir, criativamente, a problemas futuros. Assim sendo, a criatividade pode ser vista como uma forma de assegurar a saúde mental nas diversas fases da vida (...).

Verificando-se assim a importância da criatividade para um desenvolvimento mais saudável, com esta investigação pretendeu-se verificar se seria possível encontrar modelos preditivos de comportamentos criativos que poderão potencializar um desenvolvimento profícuo do ser humano e das suas competências. Com este objetivo em mente, quatro variáveis dão forma à construção empírica deste trabalho: a pessoa, o processo, o produto e o ambiente criativo, que fazem parte da categorização enfatizada por Mel Rhodes (1961).

MÉTODOS

Participantes

A amostra é constituída por 215 participantes, oriundos das Universidades da Madeira e do Algarve. As suas idades variaram entre os 18 e os 56 anos, apresentando-se uma média de 25 anos de idade. Os estudantes provinham de cursos como Educação Básica, Psicologia, Arte e Multimédia e Design.

Material

Os instrumentos utilizados recaíram sobre a Escala de Personalidade Criativa (EPC), a Prova de Resolução de Problemas por Insight (PRPI) e o Inventário de Comportamentos Criativos (versão reduzida) (ICC), que nos possibilitaram avaliar a pessoa, o processo e o produto criativo, respetivamente.

A EPC é composta por 30 itens, é unidimensional e revelou uma consistência interna de 0,91 (Garcês, Pocinho, Jesus, Imaginário, & Wechsler, 2013). A PRPI é constituída por 8 problemas de *insight*, tem uma pontuação dicotómica e não mecânica, tendo revelado valores de consistência interna de 0,72 nos estudos de validação (Morais, 2001)

O ICC, desenvolvido inicialmente por Dollinger (2011) compreende um conjunto de 28 itens, que na versão portuguesa se subdividem por quatro fatores: as artes plásticas, a literatura, as artes visuais e as artes manuais, e revela uma consistência interna global de 0,88 (Garcês, Pocinho, & Jesus, 2012).

Importa aqui acrescentar que a variável ambiente criativo foi uma variável dicotómica construída mediante o campo de estudos de cada uma dos participantes, ou seja, subdividida em ciências sociais e humanas e artes.

Procedimento

O trabalho de investigação decorreu numa primeira fase no encontro das provas psicológicas que nos possibilitariam estudar os construtos que nos dispusemos a analisar. Encontradas as provas e realizados os respetivos pedidos de autorização aos autores, passou-se para a fase de divulgação e, simultaneamente, para a recolha dos dados. Recolhidos os dados e introduzidos no software estatístico, procedeu-se às respetivas análises, que recaíram sobre a utilização da regressão linear múltipla (RLM).

RESULTADOS

Os resultados obtidos têm em consideração a variável produto criativo como variável dependente, que se subdivide pelos quatro fatores que constituem o instrumento de avaliação utilizado (ICC), sendo que os resultados apresentados nas tabelas que se seguem reportam-se apenas aos resultados significativos obtidos quando na construção dos modelos preditivos. Deste modo, o quadro 1 apresenta os coeficientes de regressão para o fator artes plásticas.

Quadro 1.

Coeficientes de regressão para a variável artes plásticas

Variáveis	B	β	t	p
Pessoa criativa	0,05	0,19	2,90	0,004
Produto Artes visuais	0,29	0,32	4,93	0,000
Criativo Artes manuais	0,16	0,06	2,79	0,006

Nota. Constante= -5,33; $R^2=0,29$; $F=28,44$.

Os resultados apresentados no quadro 1 revelam-nos que 28,8% da variabilidade das artes plásticas pode ser explicada pela conjugação das variáveis artes visuais, pessoa criativa e artes manuais, como se verifica pela equação:

artes plásticas

$$= -5,33 + 0,32.\text{artes visuais} + 0,19.\text{pessoa criativa} + 0,06.\text{artes manuais}$$

(1)

Na análise da variável literatura encontrou-se os coeficientes de regressão presentes no quadro 2.

Quadro 2.

Coeficientes de regressão para o modelo da variável literatura

Variáveis	B	β	t	p
Ambiente criativo	-1,68	-0,23	-3,25	0,001
Pessoa criativa	0,04	0,15	2,33	0,021
Produto Artes visuais	0,27	0,31	3,98	0,000
Criativo Artes manuais	0,15	0,18	2,39	0,018

Nota. Constante= 0,42; $R^2=0,26$; $F=18,58$.

Neste caso verifica-se que 26,1% da variabilidade desta variável pode ser explicada pelas quatro variáveis independentes apresentadas, mais especificamente pelas artes visuais, artes manuais, pessoa criativa e ambiente criativo, traduzindo-se na seguinte equação:

$$\text{literatura} = 0,42 + 0,31.\text{artes visuais} + 0,18.\text{artes manuais} + 0,15.\text{pessoa criativa} - 0,23.\text{ambiente criativo}$$

(2)

No caso das artes visuais obteve-se os coeficientes de regressão presentes no quadro 3.

Quadro 3.

Coeficientes de regressão para o modelo artes visuais

Variáveis		<i>B</i>	β	<i>t</i>	<i>p</i>
Ambiente criativo		4,04	0,48	9,48	0,000
Processo criativo		0,26	0,14	2,87	0,005
Produto Criativo	Artes plásticas	0,24	0,21	3,92	0,000
	Literatura	0,21	0,18	3,25	0,001
	Artes manuais	0,33	0,36	6,14	0,000

Nota. Constante= - 4,51; $R^2=0,51$; $F=43,58$.

Constata-se assim que 51,0% da variabilidade desta variável pode ser explicada pelas variáveis ambiente criativo, artes manuais, artes plásticas, literatura e processo criativo, sendo que a sua equação traduz-se na seguinte forma:

$$\begin{aligned} \text{artes visuais} = & -4,51 + 0,48.\text{ambientecriativo} + 0,36.\text{artesmanuais} \\ & + 0,21.\text{artes plásticas} + 0,18.\text{literatura} \\ & + 0,14.\text{processo criativo} \end{aligned}$$

(3)

Por fim, na análise da variável artes manuais encontraram-se os valores presentes no quadro 4 para os coeficientes de regressão.

Quadro 4.

Coeficientes de regressão para o modelo das artes manuais

Variáveis		<i>B</i>	β	<i>t</i>	<i>p</i>
Ambiente criativo		-3,00	-0,34	-5,53	0,000
Processo criativo		-0,25	-0,12	-2,32	0,021
Pessoa criativa		0,06	0,21	3,59	0,000
Produto Criativo	Artes plásticas	0,16	0,07	2,29	0,023
	Literatura	0,18	0,15	2,42	0,016
	Artes visuais	0,43	0,41	5,90	0,000

Constante= 0,79; $R^2=0,44$; $F=27,39$.

Neste modelo a variabilidade explicada é de 44,1% sendo que, para esta, contribuem todas as variáveis utilizadas, nomeadamente a pessoa criativa, o processo criativo, o ambiente criativo, as artes visuais, a literatura e as artes plásticas. O modelo obtido pode ser traduzido na seguinte equação:

$$\begin{aligned} \text{artes manuais} = & 0,79 + 0,41.\text{artesvisuais} + 0,21.\text{pessoa criativa} + \\ & 0,15.\text{literatura} + 0,07.\text{artes plásticas} - 0,12.\text{processo criativo} - \\ & 0,34.\text{ambientecriativo} \end{aligned}$$

(4)

DISCUSSÃO

Os resultados desta investigação demonstram a possibilidade da predição de comportamentos criativos, mediante outras variáveis como é o caso da pessoa, do processo e do ambiente criativo.

Uma análise detalhada aos resultados anteriormente apresentados permitem-nos verificar que os dois primeiros modelos com as variáveis dependentes artes plásticas e literatura são aqueles com uma menor capacidade de explicação da variabilidade, recaindo estes valores em 28,8% e 26,1%, respetivamente. Por outro lado, os dois últimos modelos revelam valores na ordem dos 51,0% e 44,1% na explicação da variabilidade das variáveis artes visuais e artes manuais, respetivamente. Estes dois últimos valores são particularmente surpreendentes, pois um deles chega a atingir os 50%, o que nos indica que por meio das variáveis que compõem estes modelos, podemos prever em cerca de 50% a perceção que os indivíduos têm dos seus comportamentos criativos nestas duas áreas.

Estes resultados possibilitam-nos ainda constatar que o modelo que nos serviu de base para o desenvolvimento desta investigação, ou seja, a categorização preconizada por Rhodes (1961), no qual revela que a criatividade é construída mediante quatro importantes aspetos: a pessoa, o processo, o produto e o ambiente criativo, tem de facto a sua relevância, pois podemos explicar comportamentos criativos, tendo em consideração estes conceitos.

Porém, um dos aspetos a salientar é a importância destes resultados ao pensarmos no impacto que estes poderão ter num desenvolvimento mais saudável do ser humano. Exploramos pois aqui a ideia que desde início apresentamos: Será que o conseguirmos prever comportamentos criativos poderá ser uma forma de fomentarmos uma melhor saúde mental? Com este estudo, acreditamos pois na possibilidade de predição criativa e tendo por base a literatura encaramos que o conseguirmos prever estes comportamentos realça a necessidade de mais e mais apostar no desenvolvimento da criatividade como uma competência chave para um melhor e maior sentimento de bem-estar psicológico do ser humano. Tal como diversos investigadores referem (Akarakiri, 1998; Amabile, 1998; Clements, 1995; Kappel & Rubenstein, 1999; King, 1998; King & Pope, 1999; Livingston, 1999; Robinson & Stern, 1997; Russ, 1998; Stevens & Burley, 1999; Tierney, Farmer, & Graen, 1999; Torrance, 1972, 1981) a criatividade tem um papel importante para a saúde mental, para a economia e para a sociedade. Como tal, o potencializarmo-la e o desenvolver produtos criativos poderão ser grandes auxílios no encontro de uma satisfação e realização pessoal.

Para finalizar, reportamo-nos às limitações e sugestões futuras, sendo que como limitação podemos mencionar o facto de ter sido utilizado um conjunto de provas que necessitaram de um grande consumo de tempo, tanto na sua aplicação como cotação, com destaque para a PRPI. Por outro lado, como sugestão futura acredita-se ser pertinente replicar este estudo em outras populações e acrescentar provas que avaliem o bem-estar psicológico numa tentativa de verificar se existirão efetivamente correlações entre ambos.

REFERÊNCIAS

- Akarakirim, J. B. (1998). Utilisation of creativity and innovation by the practice of new product planning in developing countries. *Psychologia: An International Journal*, 6, 64-80. doi:org/10.4314/ifep.v6i2.23536
- Alencar, E. M. (2007). Criatividade no Contexto Educacional: Três Décadas de Pesquisa. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 23, 45-49. doi:10.1590/S0102-37722007000500008

- Amabile, T. (1983, Agosto). *Motivation and Creativity: Effects of Motivational Orientation on Creative Writers*. Paper session presented at the Annual Convention of the American Psychological Association, Anaheim.
- Amabile, T. (1985, Agosto). *Social influences on Creativity: Interactive Effects of Reward and Choice*. Paper session presented at the Annual Convention of the American Psychological Association, Los Angeles.
- Amabile, T. M. (1998). How to kill creativity. *Harvard Business Review*, 76, 76-87.
- Clements, D. H. (1995). Teaching creativity with computers. *Educational Psychology Review*, 7, 141-161. doi:org/10.1007/BF02212491
- Collins, M., & Amabile, T. (2009). Motivation and Creativity. In R. Sternberg (Ed.), *Handbook of Creativity* (pp. 297-312). Cambridge: Cambridge University Press
- Csikszentmihalyi, M. (2007). *Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention*. New York: HarperCollins.
- Csikszentmihalyi, M. (2009). Implications of a Systems Perspective for the Study of Creativity. In R. Sternberg (Ed.), *Handbook of Creativity* (pp. 313-338). Cambridge: Cambridge University Press.
- Dollinger, S. J. (2011). “Standardized Minds” or Individuality? Admissions Tests and Creativity Revisited. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5, 329-341. doi: 10.1037/a0023659
- Garcês, S., Pocinho, M., & Jesus, S. (2012, julho). *Inventário de Comportamentos Criativos: Estudo Preliminar de Validação*. Poster session presented at II Seminário Internacional “Contributos da Psicologia em Contextos Educativos”, Braga.
- Garcês, S., Pocinho, M., Jesus, S., Imaginário, S., & Wechsler, S. (2013). *Validação da Escala de Personalidade Criativa: estudo psicométrico*. Manuscript submitted to publication.
- Hennessey, B., & Amabile, T. (2010). Creativity. *Annual Review of Psychology*, 61, 569-598. doi: 10.1146/annurev.psych.093008.100416
- Kappel, T. A., & Rubenstein, A. H. (1999). Creativity in design: The contribution of information. *IEEE Transaction on Engineering Management*, 46, 132-143. doi:org/10.1109/17.759140
- Kin, B. J., & Pope, B. (1999). Creativity as a factor in psychological assessment and healthy psychological functioning. *Journal of Personality Assessment*, 72, 200-207. doi:10.1207/S15327752JP720204
- King, S. C. (1998). Creativity and problem solving: The challenge for HRD professionals. *Human Resource Development Quarterly*, 9, 187-191. doi: 10.1002/hrdq.3920090209
- Livingston, J. A. (1999). Something old and something new: Love, creativity and the enduring relationship. *Bulletin of the Menninger Clinic*, 63, 40-52.
- Morais, F. (2001). *Definição e avaliação da criatividade. Uma abordagem cognitiva*. Braga, Universidade do Minho.
- Rhodes, M. (1961). An analysis of creativity. *Phi Delta Kappan*, 42(7), 305–310.
- Robinson, A. G., & Stern, S. (1997). *Corporate creativity: How innovation and improvement actually happen*. New York: Berrett-Koehler.

- Russ, S. W. (1998). Play, creativity, and adaptive functioning: Implications for play interventions. *Journal of Clinical Child Psychology*, 27, 469-480. doi: 10.1207/s1537442jccp2704_11
- Sternberg, R., & Lubart, T. (2009). The Concept of Creativity: Prospects and Paradigms. In R. Sternberg (Ed.), *Handbook of Creativity* (pp. 3-15). Cambridge: Cambridge University Press.
- Sternberg, R., O'Hara, L., & Lubart, T. (1997). Creativity as Investment. *California Management Review*, 40, 8-21. doi:org/10.2307/41165919
- Stevens, G., & Burley, B. (1999). Creativity + business discipline = higher profits faster from new product development. *Journal of Product Innovation Management*, 16, 455-468. doi: 10.1111/1540-5885.1650455
- Tierney, P., Farmer, S.M., & Graen, G. B. (1999). An examination of leadership and employee creativity: The relevance of traits and relationships. *Personnel Psychology*, 52, 591-620. doi: 10.1111/j.1744-6570.1999.tb00173.x
- Torrance, E. P. (1972). Career patterns and peak creative achievements of creative high school students 12 years later. *Gifted Child Quarterly*, 16(2), 75-88.
- Torrance, E. P. (1981). Predicting the creativity of elementary school children (1958-1980) and the teacher who "made a difference". *Gifted Child Quarterly*, 25(2), 55-62.
- Wechsler, S. M. (2008). *Criatividade: Descobrimo e Encorajando*. Campinas: LAMP/IDB.