

[MANON SALLES]

Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Artista plástica (Universidade Mackenzie) com especialização em Moda e Arte na Itália e França. Atua como professora, pesquisadora e coordenadora de cursos e projetos nas áreas de arte, moda e comunicação.

E-mail: manonmoda@uol.com.br

Reflexões sobre a criatividade contemporânea

Contemporary reflexions on creativity

[85]

[resumo] A importância da criatividade no debate contemporâneo é alvo de análise entre profissionais de diversas áreas, como psicologia, artes, arquitetura, moda, sociologia e filosofia que, em comum, discutem a formação de um ser criativo, seja no âmbito profissional, seja no cotidiano. A partir de estudos científicos, este artigo evidencia abordagens com uma visão integradora do fenômeno criatividade, aplicadas às práticas projetuais, ao ensino ou à construção de uma teoria crítica.

[palavras-chave]

criatividade; processo criativo, psicologia da criatividade; arte; arte-educação.

[abstract] The importance of creativity for the contemporary discussions is a target of analysis among professionals from different areas such as psychology, arts, architecture, fashion, sociology, and philosophy. Together they are able to discuss the formation of a creative being, whether in the professional area, whether in daily life. From scientific studies this paper shows approaches with an integrated view of the phenomenon of creativity applied to design practices, learning or to the construction of a critical theory.

[key words] creativity; creative process; psychology of creativity; arts; art-education.

Refletir sobre a criatividade e sua importância na contemporaneidade é um exercício interessante. Iniciamos lembrando uma frase tantas vezes repetida na análise de uma criação ou de uma obra de arte: "esse profissional tem o dom para fazer isso!". Quer seja nas artes plásticas, na música, no design, na arquitetura, quer seja em toda e qualquer atividade que envolva a criação, essa observação permeia o repertório de diversos profissionais, estudantes e curiosos.

Esse pensamento sobre a criatividade é inerente à Grécia Antiga, onde se acreditava na necessidade de uma musa inspiradora para o desenvolvimento do processo criativo.

Acompanhando os estudos científicos a respeito da criatividade, podemos desmistificar algumas concepções sobre o ser criativo relacionadas a um dom (divino), em que a inspiração e o processo criativo estão associados a um estado irracional, a algo sobrenatural ou são próprios de pessoas "privilegiadas" que, no século XVIII, foram identificadas como "gênios criativos"; ideia, hoje, totalmente ultrapassada. Importante ressaltar que destacaremos aqui algumas entre as inúmeras pesquisas e teorias científicas sobre criatividade respeitadas internacionalmente.

A partir da década de 1950, essa abordagem do dom e do gênio passou a ser questionada por profissionais, especialmente da psicologia e psicanálise, incentivados pela rápida disseminação da revolução cognitiva encabeçada pelo psicólogo americano Guilford, um dos principais expoentes de sua área, que propôs a teoria do pensamento divergente.

Segundo Guilford (1950), o pensamento divergente – ou criativo – é capaz de romper as barreiras que permeiam o consciente e o inconsciente, permitindo que o processo de incubação de ideias se invista de elementos completamente inesperados e da capacidade de se libertar de uma ideia inicial para explorar várias ideias simultaneamente. Como diretor de pesquisa psicológica para a Força Aérea Americana durante a Segunda Guerra Mundial, ele precisava reconhecer, de alguma maneira, indivíduos para atuarem em postos estratégicos de acordo com a personalidade, a inteligência e a criatividade. O objetivo era identificar as características das pessoas criativas, através de pesquisas e aplicação de testes, investigando esses processos a partir da memória, da percepção, do raciocínio, da atenção, do juízo, da imaginação, do pensamento e da linguagem.

Com os estudos de Guilford¹, comprovou-se cientificamente que a criatividade não tem nenhuma relação com a inspiração divina, com a loucura ou com os fenômenos desconhecidos, e que para ser criativo é necessário um grande e profundo conhecimento sobre o tema para aplicá-lo na prática projetual, isto é, no desenvolvimento de um projeto, de uma criação, qualquer que seja a área de atuação.

No entanto, até os anos 1970, o desenvolvimento da criatividade enfatizava o perfil do indivíduo criativo e as técnicas que favorecessem a expressão criativa. Posteriormente, surgiram novas teorias que privilegiam fatores sociais, culturais e históricos. Dois importantes estudos com esse enfoque são o modelo componencial

de criatividade de Amabile, pesquisadora de criatividade organizacional, que discute o papel da motivação e do ambiente criativo. Por outro lado, a teoria de Csikszentmihalyi (pronuncia-se "chicks send me high", segundo o próprio), a perspectiva de sistemas (1997), defende a ideia de que a criatividade não está relacionada somente aos indivíduos, mas também aos sistemas sociais em que é originada e aceita. O fundamental dessa proposta é identificar onde a criatividade se encontra e de que forma o ambiente social, cultural e histórico reconhece ou não uma produção criativa (ALENCAR e FLEITH, 2003)².

Proposta pelos psicólogos Sternberg e Lubart na década de 1990³, a teoria da abordagem múltipla afirma que o indivíduo necessita de uma combinação de fatores, como capacidades intelectuais e traços de personalidade, além do contexto ambiental, para o desenvolvimento de seu potencial criativo. Assim, o pensamento ou ato criativo realiza-se a partir da inter-relação de alguns fatores: inteligência, conhecimento, personalidade, motivação, além de fatores emocionais e ambientais.

Essas teorias explicam cientificamente outro "mito" do processo criativo que é a intuição ou *insight*, tantas vezes relacionado ao acaso ou ao divino. A intuição, na verdade, eclode em virtude de conhecimentos anteriores recuperados e reestruturados da memória por conexões inesperadas da mente estimulando, a partir daí, soluções criativas. Portanto, é necessário ter um profundo conhecimento e experiência prática sobre o assunto para que se possa ter *insights*. Por meio da cognição, isto é, do ato ou do processo de adquirir conhecimentos, e de como os indivíduos realizam suas ações mentais com esses conhecimentos, surge a criação de uma coisa inédita (OXMAN, 1990).

[87]

Conhecimentos e habilidades do ser criativo

O psicólogo Sternberg, professor de psicologia e educação da Universidade de Yale, nos Estados Unidos, acredita que a criatividade é como um hábito que pode ser desenvolvido e estimulado e que vale a pena investir nela, embora seja necessário um conhecimento específico para essa prática. Contudo, além de conhecimentos e habilidades algumas atitudes são indispensáveis, tais como a automotivação, a persistência, a disposição para assumir riscos e enfrentar incertezas e dúvidas que aparecem durante o desenvolvimento de um projeto inovador (FLORIO, 2008).

Com a multiplicação dos debates científicos sobre a criatividade, houve a necessidade de uma definição mais consensual e universal sobre o tema, proposta pela Creative Education Foundation⁴ durante um congresso em 1990, na Universidade de Buffalo (EUA). A definição reconhecida pela maioria dos investigadores foi que a criatividade é a capacidade de realizar uma produção que seja ao mesmo tempo nova e adaptada ao contexto no qual ela se manifesta.

O exercício da criatividade é cada vez mais necessário nos diversos "ambientes", principalmente nos educacionais e empresariais. Se a função do psicólogo é entender como se dá a relação da criatividade com a mente humana, a função do educador é desenvolver metodologias para estimular o indivíduo a ser criativo. Mas as pesquisas e os estudos científicos sobre a criatividade na área da educação ainda são muito precários, o que para mim é um grande incômodo e, ao mesmo tempo, um estímulo para a compreensão da prática da criatividade manifesta em inúmeros workshops e cursos sobre processos criativos que acontecem no Brasil e no exterior, carentes de metodologias específicas desenvolvidas para esse aprendizado. Ainda mais quando a distinção entre o uso de uma metodologia ou de uma técnica para o ensino do processo criativo não fica clara para os educadores.

De maneira geral, o processo criativo envolve quatro fases principais: a preparação, a incubação, a iluminação e a verificação (FLORIO, 2008). O *brainstorm* – tempestade cerebral –, técnica desenvolvida por Osborn⁵, favorece grande número de ideias criativas e pode ser aplicada nessa metodologia na fase de incubação, em que o indivíduo não necessita de um trabalho consciente, mas precisa estabelecer diversas associações entre diferentes ideias.

Quais seriam então as metodologias utilizadas em cursos de moda, fotografia, teatro, cinema, design, nos quais a criatividade é fundamental?

Nos poucos estudos científicos brasileiros, destacamos a teoria da materialidade da criação da artista Fayga Ostrower (1987) que julga a materialidade do processo criativo a partir da capacidade de transformação, de resignificação de algo preexistente.

Ana Mae Barbosa, nas últimas três décadas, também se dedicou ao tema, e foi durante nove anos a única orientadora no primeiro programa de pós-graduação em arte-educação da ECA-USP. Nos seus diversos livros, ela defende que o "ver" e o "fazer" são tão importantes quanto a contextualização da leitura e da prática, e com essa abordagem desenvolveu a teoria da abordagem triangular⁶. A partir de seus estudos – um levantamento das teses existentes relacionadas ao ensino da arte e da prática criativa –, percebemos a desigualdade entre as pesquisas nas áreas da psicologia e da educação que abordam o tema criatividade aqui no Brasil.

Concomitantemente, as empresas têm cada vez mais urgência na realização de cursos e dinâmicas sobre criatividade, muitas vezes baseados em mecanismos comportamentais, quase "fórmulas de bem viver" carentes de qualquer metodologia científica.

A criatividade como cultura imaterial

Com a amplitude que o tema alcança hoje em diversas áreas, entendemos porque a criatividade está no pedestal da cultura imaterial de vários países, principalmente os europeus. Na Itália, por exemplo, a criatividade faz parte do patrimônio imaterial do país. O termo *made in Italy* foi criado para fortalecer essa imagem de um país de promissores criadores, em design, moda, gastronomia etc. Da mesma forma, há empresas, como a Studio 3 do sociólogo Domenico de Masi – defensor da teoria do ócio criativo –, que realizam pesquisas e consultorias específicas sobre o tema. O governo da Toscana organiza, desde 2006, o Festival della Creatività⁷, reunindo empresas, criadores e estudiosos; o Parlamento Europeu elegeu o ano de 2009 como o ano da criatividade. Percebemos, então, que o ser criativo passou a ser uma exigência do mercado.

No cenário global o Brasil é considerado um país criativo, dinâmico, com linguagens expressivas; entretanto, existem poucas iniciativas no sentido de estabelecer metodologias específicas que possam canalizar o potencial criativo para a área educacional, para o design e a qualidade de seus produtos, além de políticas públicas que viabilizem nosso potencial e nos coloquem entre os países líderes do Índice de Criatividade Global⁸.

A artista mineira Marilá Dardot afirma:

Nós somos todos criativos... aqui no Brasil principalmente. (...) Eu entendo a criatividade como a capacidade de lidar com o imprevisto, lidar com o desconhecido e solucionar ou lidar com o imprevisto de uma forma, que não é uma fórmula...é a capacidade de inventar...⁹

De fato, temos urgência em mais pesquisas, estudos e debates sobre o tema para fortalecer esse rico patrimônio imaterial tão presente em nossa cultura e definitivamente sermos respeitados como um povo criativo. Em sua palestra no 1º Fórum de Criatividade e Inovação, realizado em São Paulo, em 2007, Richard Florida, afirmou que há muito tempo o Brasil é um centro de criatividade e o desafio do século XXI é transformar essa criatividade em inovação tecnológica, competitividade econômica, criação de valor e bem-estar.

NOTAS

[1] Existem inúmeras linhas teóricas na psicologia e na psicanálise que se propõem a estudar a relação da criatividade com a mente humana, entre elas, a teoria da gestalt, tendo como ponto central os trabalhos de Wertheimer; a comportamental, encabeçada por Skinner, e a freudiana, na qual a ênfase maior se volta para a afetividade. O que a proposta cognitiva traz de novo é o estudo do ser criativo a partir do que ele adquire de conhecimentos e de como estabelece essas conexões em sua mente e em seus processos criativos.

[2] Para saber mais, veja: Csikszentmihalyi (1999).

[3] Para saber mais, veja: Lubart (2007) e Sternberg (2007).

[4] Para saber mais, acesse: <<http://www.creativeeducationfoundation.org>>.

[5] O publicitário americano Alex Faickney Osborn (1888-1966) criou a técnica do *brainstorming* – “tempestade cerebral” – que propõe a geração coletiva de novas ideias por meio da contribuição e participação de vários indivíduos inseridos num grupo. Essa técnica é muito utilizada em dinâmicas de grupo para estimular ideias criativas para um novo projeto.

[6] Em seu livro *Arte-educação: leitura no subsolo* (1997), Barbosa faz um precioso levantamento sobre os principais teóricos internacionais da arte-educação e a influência desses autores, como Ernest Grombrich, Rudolf Arnheim, Elliot Einsner e Hebert Read, entre outros, em teses brasileiras. Visto que o ensino da arte é amplo em relação a temáticas, vale lembrar que a criatividade é somente uma delas. Faço ainda uma ressalva entre a criação em artes e a criação em cursos como moda, design ou arquitetura, nos quais os produtos criados terão uma função, uma utilidade; nas artes, entretanto, uma obra necessita de “contemplação”. Mesmo com tantas convergências e similaridades, julgo que a moda não é arte.

[7] Para saber mais, acesse: <<http://www.festivaldellacreativita.it>>.

[8] O Índice de Criatividade Global, estudo dos professores Richard Florida e Irene Tinagli da Carnegie Mellon University em Pittsburgh nos Estados Unidos, elenca 45 países e tem como líderes: Suécia, Japão, Finlândia, Estados Unidos, Suíça, Dinamarca, Islândia, Holanda, Noruega e Alemanha. O Brasil ocupa a antepenúltima posição do ranking.

[9] Marilá Dardot foi entrevistada em 13/11/2009 para falar de seu processo criativo, sua prática projetual, e seu depoimento foi fundamental para que eu pudesse rebater as teorias estudadas na pós-graduação do Instituto de Artes da Unicamp, em 2009. Para saber mais sobre a artista, acesse: <<http://www.mariladardot.com>>.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, Eunice M. L. Soriano de; FLEITH, Denise de Souza. Contribuições teóricas recentes ao estudo da criatividade. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, Brasília: Instituto de Psicologia da UnB, v. 19, nº 1, p. 1-8, jan./abr. 2003.

AMABLE, Teresa M. *The social psychology of creativity*. Nova York: Springer-Verlag, 1983.

BARBOSA, Ana Mae (Org.). *Arte-Educação: leitura no subsolo*. São Paulo: Cortez, 1997.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. Implications of a systems perspective for the study of creativity. In: STERNBERG, Robert J. (Org.). *Handbook of creativity*. Nova York: Cambridge University Press, 1999, p. 313-335.

FLORIO, Wilson. Experimentação e incerteza no processo de projetos: uma reflexão sobre o papel dos croquis de concepção em arquitetura. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 8º, 2008, São Paulo. *Anais*. São Paulo: P&D DESIGN, 2008, p. 1475-1486.

GUILFORD, Joy Paul. Creativity. *The American Psychologist*, Washington, v. 5, nº 9, p. 444-454, 1950.

LUBART, Todd. *Psicologia da criatividade*. Porto Alegre: Artmed, 2007.

OSTROWER, Fayga. *Criatividade e processos de criação*. Petrópolis: Vozes, 1987.

OXMAN, Rivka. Prior knowledge in design: a dynamic knowledge-based model of design and creativity. *Design Studies*, Kidlington: Butterworth-Heinemann, v. 11, nº 1, p. 17-28, 1990.

STERNBERG, Robert Jeffrey. Creativity as a habit. In: *CREATIVITY: a handbook for teachers*. Singapura: Nanyang Technological University; Worldscibooks, p. 3-25, 2007.