

DISCIPLINA PERCEPÇÃO E CRIATIVIDADE**Professora: Luisa Paraguai Donati****AULA2: Criatividade e Criação: experiência.**

A questão da criatividade vem sendo discutida há muito tempo. Há varias definições, algumas levando em consideração os aspectos sociais, outras, os psicológicos, e, recentemente, algumas tentativas para conceituar a criação têm surgido das ciências cognitivas.

Para Ghiselin (1952), criatividade é "o processo de mudança, de desenvolvimento, de evolução, na organização da vida subjetiva". Fliegler (1959) apud Kneller (1978) declara que "manipulamos símbolos ou objetos externos para produzir um evento incomum para nós ou para nosso meio". Suchman (1981), Stein (1974), Anderson (1965), Torrance (1965) e Amabile (1983), apud Alencar (1993), citam várias definições, respectivamente:

- "o termo pensamento criativo tem duas características fundamentais, a saber: é autônomo e é dirigido para a produção de uma nova forma."
- "criatividade é o processo que resulta em um produto novo, que é aceito como útil, e/ou satisfatório por um número significativo de pessoas em algum ponto no tempo."
- "criatividade representa a emergência de algo único e original."
- "criatividade é o processo de tornar-se sensível a problemas, deficiências, lacunas no conhecimento, desarmonia; identificar a dificuldade, buscar soluções, formulando hipóteses a respeito das deficiências; testar e testar novamente estas hipóteses; e, finalmente, comunicar os resultados."
- "um produto ou resposta serão julgados como criativos na extensão em que a) são novos e apropriados, úteis ou de valor para uma tarefa e b) a tarefa é heurística e não algorística."

Cave (1999) vê a criatividade como a tradução dos talentos humanos para uma realidade exterior que seja nova e útil, dentro de um contexto individual, social e cultural. Essa tradução pode-se fazer, basicamente, de duas formas. A primeira é a habilidade de recombinar objetos já existentes em maneiras diferentes para novos propósitos. A segunda, "brincar" com a forma com que as coisas estão inter-relacionadas. Em ambos os casos, consideram a criatividade como uma habilidade para gerar novidade e, com isso, idéias e soluções úteis para resolver os problemas e desafios do dia-a-dia.

Kneller (1978) identifica quatro dimensões da criatividade:

"As definições corretas de criatividade pertencem a quatro categorias, ao que parece. Ela pode ser considerada do ponto de vista da pessoa que cria, isto é, em termos de fisiologia e temperamento, inclusive atitudes pessoais, hábitos e valores. Pode também ser explanada por meio dos processos mentais "motivação, percepção, aprendizado, pensamento e comunicação" que o ato de criar mobiliza. Uma terceira definição focaliza influências

ambientais e culturais. Finalmente, a criatividade pode ser entendida em função de seus produtos, como teorias, invenções, pinturas, esculturas e poemas."

Alencar, por sua vez, identifica duas dimensões que parecem permear a noção de criatividade: "*(...) pode-se notar que uma das principais dimensões presentes nas mais diversas definições de criatividade propostas até o momento diz respeito ao fato de que criatividade implica emergência de um produto novo, seja uma idéia ou invenção original, seja a reelaboração e aperfeiçoamento de produtos ou idéias já existentes. Também presente em muitas das definições propostas é o fator relevância, ou seja, não basta que a resposta seja nova; é também necessário que ela seja apropriada a uma dada situação."*

Criatividade com 'C' e com 'c'

A ambigüidade estabelecida até aqui é fruto, sobretudo, de dois níveis de análise que são normalmente apresentados como fazendo parte de um contínuo, entre um pólo em que a criatividade individual pode ser vista apenas '*fazer melhor aquilo que se faz*', - a criatividade com 'c' - e o pólo oposto, da eminência criativa. Neste último, trata-se das figuras e das descobertas históricas, onde a designação de produto criativo é suplantada pela de pessoa criativa, isto é, pelo indivíduo que produz regularmente produtos julgados criativos, não só por peritos contemporâneos nesse campo como pelo julgamento histórico posterior. É a criatividade com 'C', cuja distinção da primeira nem sempre aparece clara nos vários estudos dedicados à delimitação do conceito. Vejam-se, a este propósito, as concepções de Boden (1994), distinguindo entre a *criatividade psicológica*, de ter uma idéia original, e a *criatividade histórica*, pelo fato de ninguém a ter tido até aí.

E se a criatividade com 'c' constitui o motor do estudo dos processos destinados a desenvolvê-la nos indivíduos, a criatividade com 'C' é o construto a partir do qual toda a compreensão do fenômeno deve ser encarada, servindo como complemento da primeira, e podendo depois ser aplicada a outros níveis para além do individual: grupos, organizações, sociedades. Tal como já mencionado na definição de Torrance, a criatividade pressupõe comunicação ativa, sob a forma de persuasão, como refere Simonton (1988) '*criar e liderar são ambas as formas de comunicação. Todos os líderes são criativos.*' Assim, parece não bastar ao criativo ser capaz de, como refere Matisse a respeito da definição de criatividade, '*expressar o que tem dentro de si*', mas tem também de ser capaz de convencer os outros.

A este propósito talvez uma pequena história proposta por Patton (1987).

"Um dia um estudante finalista foi ter com o mestre e disse-lhe: 'Mestre, eu refleti muito sobre a matéria e após uma revisão cuidada da literatura conclui que o conceito que descobri é

inteiramente novo, e pretendo por isso dar-lhe um nome, para que possa perdurar'. O mestre retorquiu que não competia a ele, estudante, dar realce a um conceito, mas apenas aos outros especialistas que, se assim o entendessem, integrariam o conceito como uma descoberta. Seguindo os conselhos do mestre, o aluno movimentou-se por tudo quanto era o meio da especialidade, divulgando e comunicando a descoberta, mas sem grandes resultados. Face ao insucesso, resolveu desistir e continuar a sua vida profissional sem voltar a falar no tal conceito. Um belo dia, alguns anos passados, voltou à faculdade para assistir um seminário e qual não foi a sua surpresa quando ouviu de um aluno a revelação da recente descoberta do mesmo conceito que já ele, anos atrás, tinha revelado e tentado dar nome. Só que, desta vez, o anúncio da descoberta parecia revestir-se de grande êxito e logo ele interveio para ganhar o reconhecimento da mesma, gerando-se então acesa discussão com o jovem aluno sobre quem realmente tinha inventado o conceito. Não se chegando a conclusões decidiram levar o assunto à consideração do mestre. Este disse-lhes: - 'O profeta diz-nos que 'não existe nada de novo sob o sol' e que 'também isso passará de moda'. E já que ambos insistem em ter descoberto algo que se manterá para sempre, vamos considerar a natureza dos conceitos novos. Existem muitas pessoas que passam pelo mundo sem verem determinada coisa; outros que a vêem, mas que, por uma ou outra razão, nunca lhe dão um nome; outros ainda que vêem a coisa e lhe dão um nome por forma a chamar a atenção geral para ela. Existem ainda outros que a vêem, lhe dão um nome, e conseguem convencer os outros de que essa coisa vale a pena ser preservada para a posteridade. Por último, existem os que seguem e usam a coisa recentemente nomeada, mas que não conseguem percebê-la nem vêem a sua importância. Cada pessoa desempenha um papel na natureza das coisas: uns são dados a vê-las, outros a nomeá-las, outros a convencerem outros, e ainda outros a distorcerem o que outros viram e deram nome. Estando presentes neste espaço e tempo não é nossa missão julgar qual destas pessoas merece o maior crédito, cabendo às gerações futuras olhar para trás e avaliar o conceito novo. Contentem-se em compreender o vosso papel no conjunto e em fazerem bem o que lhes é dado para fazerem. Aos outros competirá atribuir o crédito. E, já agora, como assunto de importância menor, devo-lhes dizer que fui eu que inicialmente introduzi esse conceito quando era estudante-finalista, há muitos anos atrás, mas que não consegui que ninguém desse tempo me desse atenção."

Esta história, ao realçar o papel da comunicação, levanta novamente a questão sobre a quem compete a avaliação do produto criativo. No campo das artes visuais, por exemplo, para além de quem produz a obra, intervém uma série de elementos fundamentais, tais como os críticos de arte, os proprietários das galerias, os colecionadores de arte, os professores universitários e os conservadores dos museus, outros artistas, jornalistas, e todo um conjunto de intermediários que são fundamentais ao processo criativo. Se perguntarmos a quem compete a avaliação do valor da obra, ou quais os critérios de medida a utilizar, a resposta é, quase sempre, que compete ao 'mercado' estabelecer esses critérios. Pode dizer-se que é mais criativo um artista que vende mais junto do público, ou o que possui uma melhor imagem junto dos críticos? Um

artista que 'não vende', pode ser considerado criativo? É claro que sim. Na verdade, o julgamento popular nunca constituiu forma reconhecidamente válida de avaliação. Por outro lado, o fenômeno criativo não pode, na realidade, ser visto como isolado ou ser exclusivamente atribuído ao criador. Nele colabora um universo significativo de pessoas que se exprimem segundo vários níveis de criatividade, num processo de mediação que recebe de Stein (1994) a designação de '*contricipação*', isto é, a qualidade de ser capaz de '*contribuir*' ou '*apreciar*' o processo de produção criativa.

Voltando à questão da criatividade com 'c' e a criatividade com 'C', podemos concluir que não se trata de um contínuo, apenas, mas sim de dois: um que se aplica à criatividade percebida pelo próprio - *criatividade auto-atribuída* - e outro ao processo de comunicação entre o criador, ou o seu produto, e a audiência - *criatividade hetero-atribuída*. Em ambos os casos se pode tratar de algo que vai desde uma simples idéia para resolver um problema do cotidiano, até à realização de uma obra-prima, ou a uma grande descoberta científica.

[Ostrower, 2001]

[Criar é basicamente formar. Dar forma a algo novo – novas coerências, fenômenos relacionados de modo novo e compreendidos em termos novos. O ato criador abrange, portanto a capacidade de compreender e esta por sua vez, a de relacionar, ordenar, configurar, significar.

O homem é um ser formador. Relacionando os eventos, ele os configura em sua experiência do viver e lhes dá um significado. Nas perguntas que o homem faz ou nas soluções que encontra, ao agir, ao imaginar, ao sonhar, sempre o homem relaciona e forma. Nós nos movemos entre formas, cheiros, sons. Todo ato corriqueiro está impregnado destas percepções, observar as pessoas, notar a claridade do dia, sentir o calor do sol, cores, sons, cheiros, lembrar-se do que temos de fazer, compromissos a cumprir, gostando ou não, e ainda associando-se a outros – tudo isto são formas que se configuram para nós. Dos inúmeros estímulos que recebemos a cada instante, relacionamos alguns e os percebemos em relacionamentos que se tornam ordenações.

Palavras-chave: estímulos e ordenações = significados – as formas de percepção não são gratuitas muito menos as relações estabelecidas por nós, quando configuramos sentido/lógica, ligamos os fenômenos entre si e por isso os vinculamos a nós mesmos. Nós estabelecemos uma ordem conforme nossas expectativas, desejos, medos – uma maneira específica de focalizar e interpretar os fenômenos em busca de significados. Nessa busca por significados reside a motivação profunda do homem para CRIAR. Ao criar, estabelecem-se novas ordens e formas para comunicar-se com outras pessoas.

No processo de criação – processos ordenadores e configuradores, sedimentam-se/concretizam-se certas possibilidades em detrimento de outras. Com isso excluem muitas outras, que até então hipoteticamente existiam. Uma realidade configurada exclui outras realidades e somente neste sentido **“no formar, todo construir é um destruir”**. O processo de criar incorpora um princípio dialético – é um processo contínuo onde o ampliar e o delimitar representam aspectos concomitantes, em oposição e constante tensão. Há um fechamento de circunstâncias anteriores e a partir do que é delimitado se dá uma nova abertura – da definição que ocorreu nascem possibilidade de diversificação.

Os processos de criação ocorrem no âmbito da **intuição**, integrando processos de todas as ordens: perceptivos, cognitivos, e se materializam/tornam-se conscientes na medida em que são expressos. Esta consciência nunca é um processo acabado, vai se formando no próprio exercício – um processo dinâmico. O homem não somente percebe as transformações como, sobretudo nelas se percebe. Essa percepção de si mesmo, distingue a criatividade humana. O processo de criação surge na história como um fator de realização e constante transformação. Ele afeta o mundo físico – aqui a profissão de designer como transformador do cotidiano – a própria condição humana e os contextos culturais. Este processo não antevê apenas as soluções, mas muitas vezes tem a capacidade de antever certos problemas. Assim o ato intencional pressupõe existir uma mobilização interior, não necessariamente consciente, que é orientada para determinada finalidade antes mesmo de existir a demanda – situação que requisita uma ação. O ato criador não parece existir antes ou fora do ato intencional, mas revelam-se certos critérios que foram elaborados pelo indivíduo através de escolhas e alternativas.

Ser consciente-sensível-cultural.

No curso evolutivo da humanidade, talvez 1 milhão de anos antes de surgir o Homo-sapiens, já depara-se com espécies a caminho da humanização. Os chamados “homínidas” deixaram vestígios de uma existência de certo modo já consciente-sensível-cultural, e para a autora Ostrower, é na integração do consciente, do sensível e do cultural que se baseiam os comportamentos criativos do homem. Somente diante da ação de um ser consciente é que faz sentido falar-se de **criação**. A consciência e a sensibilidade são elementos herdados biologicamente – qualidades comportamentais inatas, ao passo que a cultura representa o desenvolvimento social do homem. As culturas se acumulam, se diversificam, se complexificam e se enriquecem. Ou também, desenvolvem-se e por motivos sociais extinguem-se ou são extintas.

O importante é frisar que o potencial consciente e sensível de cada um, só se realiza dentro de formas sociais e culturais. O comportamento de cada ser humano se molda pelos padrões culturais, históricos, do grupo em que ele, enquanto indivíduo, nasce e cresce. Admite-se que

cada indivíduo, vinculado aos padrões coletivos, desenvolve modos específicos de agir, sonhar, aspirar e realizar.

Ser sensível

Os processos de criação interligam-se intimamente com o nosso ser sensível. A sensibilidade é inata ao homem e, portanto não é peculiar apenas de artistas. Baseado em um permanente estado de excitabilidade sensorial, defini-se sensibilidade como uma porta de entrada das sensações. É essencial a qualquer forma de vida, que vinculada ao inconsciente, processa as funções vitais de metabolismo, as reações involuntárias do organismo e as formas de autorregulação. Mas, uma outra parte, vinculada ao sensorio, chega ao consciente de modo articulado – em formas organizadas. É a nossa percepção – é a elaboração mental das sensações. A percepção delimita o que somos capazes de sentir e compreender – ordenação seletiva dos estímulos. Articula o mundo que nos atinge – o mundo que conhecemos e como nos reconhecemos dentro deste. Ordenação dos dados sensíveis – estruturam-se os níveis do consciente.

Apreender – apreender o ato de apreensão – compreensão.

Ser cultural

O homem surge na história como um ser cultural.

Cultura – formas materiais e espirituais com que os indivíduos de um grupo convivem, nas quais atuam e se comunicam e cuja experiência coletiva pode ser transmitida através de vias simbólicas para gerações seguintes.

Os comportamentos dos homínidas devem ser considerados culturais diante de suas obras – fazer qualquer ferramenta mesmo nas sociedades humanas mais primitivas, baseia-se num conhecimento preciso da matéria prima e, dentro dos limites tecnológicos, em conhecimentos de como manuseá-los mais eficientemente. Com as tradições orais, usam as memórias do passado, que lhe servem como uma espécie de capital cultural.

[imagem pedra lascada] – pedras duríssimas que batidas com força tem a propriedade de rachar, em estilhaços grandes e pequenos, e adquirir formas específicas – vinculadas a um propósito: arma e ferramenta. Uma forma característica de produção.

Ao comunicarem suas experiências, deviam mostrar quais pedras serviam como lascá-las e como caçar. A sobrevivência dependia deste processo que era passado a partir de alguma expressão simbólica: objeto presente (pedra), objeto ausente (animal), a finalidade da ação. Surgia então o ser cultural, onde a biologia tornou-se inseparável da cultura, uma vez que nossos ancestrais passaram a usar ferramentas.

Ser consciente

Consciência de sua existência individual, o homem constrói sua existência social a partir do modo de sentir e pensar os fenômenos – que se moldam segundo idéias e hábitos particulares de um contexto social – criam-se referências. Como ser que se percebe e se interroga o homem é levado a interpretar todos os fenômenos através de valores culturais – atitudes valorativas dentro de um contexto social.

Exemplo: Inclusive a própria natureza é filtrada a partir de valores culturais, tomemos o SOL como exemplo. No Egito antigo o sol era tido como divindade, renascendo toda manhã para sucumbir a noite pelas forças da escuridão. Na Idade Média, o sol é visto como uma coroa gigantesca flamejante – tapeçaria do apocalipse¹, 1377, Angers. Numa pintura moderna o sol torna-se um círculo preto entre borrões vermelhos ameaçadores, formações de nuvens sobre uma cidade imaginária – Klee, “nuvens sobre Bor”, 1928. Hoje sabemos que o sol é um entre 250 milhões de sóis calculados dentro de nossa galáxia, sendo que esta galáxia é uma entre bilhões de outras no universo – revista Scientific American, 1975. Essas visões diferentes de um mesmo fenômeno natural são as diversas formas expressivas por que o fenômeno chega ao consciente dos indivíduos. As formas não ocorrem independentes ou desvinculadas de colocações culturais.

A cultura orienta o ser sensível ao mesmo tempo que orienta o ser consciente. A sensibilidade do indivíduo é aculturada e por sua vez orienta o fazer e o imaginar individual – o que seria importante ou necessário para alcançar certas metas de vida. Sensibilidade se transforma – possui um qualificação dinâmica, ao se vincular no ser consciente a um fazer intencional e cultural em busca de conteúdos significativos. Com a integração de potencialidades individuais e culturais a criatividade seria a própria sensibilidade – o criativo do homem se daria ao nível do sensível. A sensibilidade se converteria em criatividade ao ligar-se estreitamente a uma atividade social significativa para o indivíduo.

Memória

Em nosso consciente destaca-se o papel da memória – interligar o ontem ao amanhã. O homem pode atravessar o presente, compreender o instante atual como extensão mais recente de um passado que ao tocar o futuro novamente recua e se torna passado. Desta seqüência o homem pode reter certas passagens e guarda-las, disponíveis para um futuro ignorado e imprevisível. O homem torna-se apto a reformular as intenções do seu fazer e a adotar certos critérios para futuros comportamentos. Recolhe de experiências anteriores a lembrança de resultados obtidos que o orientará em possíveis ações.

¹ Se constrói um prédio novo, para abrigar a célebre tapeçaria do Apocalipse, encomendada por Louis d'Anjou (O avô do Rei René) ao pintor do Rei: Hennequin de Bruges, e tecida nos ateliês parisienses de Nicolas Bataille. Esta tapeçaria, de "haute lisse" é ao mesmo tempo a primeira, a maior e a mais bonita das tapeçarias francesas. Ela media 140 metros de comprimento, mas após as vicissitudes do século XVIII, onde a arte do século XIII era "mise au rebut" só nos restam 107 metros. A sala que a abriga, construída nesta medida, foi inaugurada em 1954. As cenas da pintura ilustram os textos do apocalipse de São João, sobre um desenho admirável que dá satisfação aos olhos, ao mesmo tempo que ele facilita a compreensão de um texto repleto de símbolos.

As intenções estruturam-se junto com a memória – nem sempre consciente ou equacionada com objetivos imediatos. Faz-se conhecer no curso das ações – aceitando ou rejeitando certas opções e sugestões contidas no ambiente. Às vezes descobrimos nossas intenções só depois de realizada a ação. Integra experiências já feitas com novas experiências que pretende fazer – os seres humanos estendem sua capacidade de sondar e de explorar a vida a circunstâncias que estariam ausentes de seus sentidos. **O espaço vivencial da memória representa uma ampliação multidirecional do espaço físico natural.**

De um ponto de vista operacional, corresponde-se à memória dados já interligados em conteúdos vivenciais – circunstâncias novas e por vezes dissimilares podem reavivar um conteúdo anterior. Como no sensorio, onde a percepção ordena certos dados que chegam a ser percebidos por nós, a memória também ordena as vivências do passado, que se atualizam com novas interligações e configurações com o presente.

Associações

As associações – correspondências, conjeturas evocadas à base de semelhanças, combinações de idéias e sentimentos, compõem a essência de nosso mundo imaginativo. Apesar de espontâneas existe uma coerência. Geram um mundo experimental, de pensar e agir em hipóteses – do que seria possível, se nem sempre provável. Podemos associar objetos e eventos, manipulá-los, mentalmente, sem precisar de suas presenças físicas.