

DO GÊNESIS AO CLÍMAX: UM LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO (NÃO) DEFINITIVO SOBRE O PROCESSO CRIATIVO¹

Mauricio Barth²
Cristiano Max Pereira Pinheiro³
André Conti Silva⁴

RESUMO:

O artigo em questão visa, sobretudo, apresentar e analisar conceitos que envolvem o processo criativo em suas distintas revelações, abordando visões de diferentes pesquisadores e, conseqüentemente, de díspares segmentos de estudo. Para tanto, são expostos conceitos de Amabile (1993), Amabile e Pillemer (2011), Anzieu (1981), Howkins (2005), Kneller (1978), Osborn (1987), Rodriguez Estrada (1992), Torrance (1976) e Von Oech (1999). Ao fim do trabalho, constata-se que, embora usem nomenclaturas dissemelhantes, as etapas do processo criativo, segundo os pesquisadores analisados, em muito se parecem; há, inclusive, uma ampla referência à etapa denominada “incubação”.

Palavras-chave: Criatividade. Processo Criativo. Pesquisa Bibliográfica.

GENESIS TO THE CLIMAX: A BIBLIOGRAPHIC SURVEY (NOT) DEFINITIVE ON THE CREATIVE PROCESS

ABSTRACT:

The article in question refers, above all, present and analyze concepts involving the creative process in its various revelations, covering views of different researchers and hence disparate segments of study. To this end, are exposed concepts of Amabile (1993), Amabile and Pillemer (2011), Anzieu (1981), Howkins (2005), Kneller (1978), Osborn (1987), Rodriguez Estrada (1992), Torrance (1976) and Von Oech (1999). At the end of work, it appears that while using dissimilar classifications, the steps of the creative process, the researchers analyzed in much look; there is, even, a broad reference to the step called “incubation”.

Keywords: Creativity. Creative Process. Bibliographic Search.

INTRODUÇÃO

O caminho percorrido por uma ideia, desde o seu nascedouro até o momento em que, efetivamente, se transforma em uma ideia, exerce fascínio e encanta o ser humano (OSBORN,

¹ Trabalho desenvolvido no grupo de pesquisa “Universidade Criativa: o papel das IES como território de desenvolvimento da Indústria Criativa no Rio Grande do Sul”, financiado pelo CNPq e pela Universidade Feevale.

² Mestre em Indústria Criativa e professor nos cursos técnicos em Publicidade, Produção de Áudio e Vídeo e Comunicação Visual da Universidade Feevale. E-mail: mauricio@feevale.br.

³ Doutor em Comunicação Social pela PUCRS. Coordenador do Laboratório de Criatividade e professor do Mestrado em Indústria Criativa da Universidade Feevale. E-mail: maxrs@feevale.br.

⁴ Doutorando em Design pela UFRGS. Professor nos cursos de Publicidade, Design e Moda da Universidade Feevale. E-mail: andrec@feevale.br.

1987; VON OECH, 1999; DUAILIBI; SIMONSEN JÚNIOR, 2009). Metaforicamente, pode-se dizer que um pensamento inicial e embrionário se assemelha a uma lagarta que, após um período necessário para sua evolução, transforma-se em uma linda e bela borboleta ou, do ponto de vista criativo, em uma brilhante ideia. De Masi (2005, p. 45) afirma que, ao longo dos séculos, o processo criativo tem fascinado estudiosos à medida que “as intuições geniais tomam corpo e explodem na mente humana, até triunfarem no mundo”.

Embora seja consenso entre os especialistas de que não há fórmula mágica para o ato criativo, o processo que envolve tal feito tem atraído atenções ao longo dos séculos. Desde a ideia em forma de maçã que atingiu Newton durante a criação da Teoria da Gravitação Universal até a concepção de diversos produtos tecnológicos e revolucionários desenvolvidos por Steve Jobs à frente da Apple (seria a mesma maçã de Newton?!), a humanidade busca compreender o funcionamento da ação inventiva.

À vista disso, o presente trabalho busca apresentar e analisar o caminhar de diferentes autores acerca de suas visões sobre as etapas que permeiam o processo criativo. Buscou-se, sobretudo, mencionar pesquisadores de diferentes áreas de estudo, para que, desse modo, se pudesse perceber os distintos focos dados ao mesmo tema. Isto posto, inicia-se, na próxima seção, as discussões.

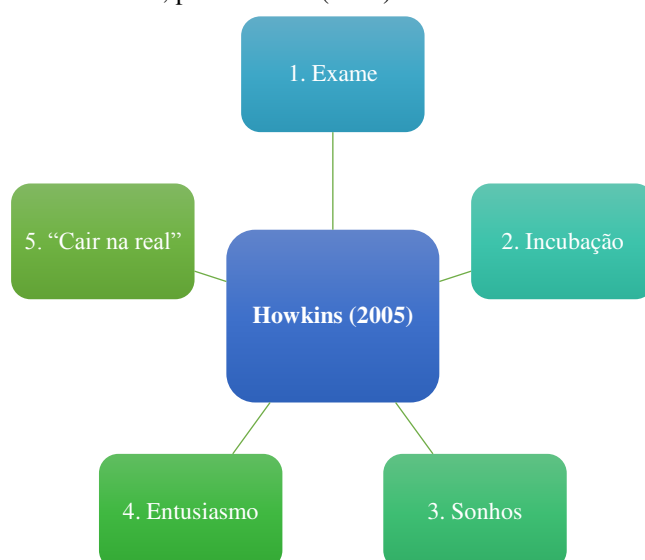
O PROCESSO CRIATIVO: DESTACANDO (E ANALISANDO) DIFERENTES OLHARES

“Existirá um padrão no ato de criação? Haverá processos similares, em ordem similar, sempre que haja criação?” (KNELLER, 1978, p. 62).

Howkins (2005) aponta a primeira fase do processo como um momento de exame. É quando o criativo estabelece conexões, demonstrando-se curioso, questionando “como?”, “por quê?”, “como posso chegar lá?”. Em seguida, assim como outros autores (TORRANCE, 1976; KNELLER, 1978; OSBORN, 1987; RODRIGUEZ ESTRADA, 1992), Howkins (2005) descreve a incubação como elemento necessário ao processo criativo. Esse período, que se trata de um momento importante onde nossas ideias devem fluir e organizar-se por si só, pode levar horas ou dias; cada indivíduo possui um tempo único, sendo impossível estabelecer medidas cíclicas. Sonhos, a terceira fase proposta pelo autor, trata dos devaneios, sejam eles conscientes ou não. “Francis Bacon chamou isto de ‘andar à deriva’, permitindo que sua mente estivesse aberta a influências externas e energias desconhecidas” (p. 38). A quarta

etapa, entusiasmo, diz respeito ao estado de espírito em momento de elevação, como a adrenalina que alimenta a alma de um homem que está prestes a saltar de paraquedas. Contudo, é fundamental “cair na real”, a quinta fase, o que nos permite analisar e medir o quão longe nossa ideia nos levou e se, afinal, ela é, realmente, aproveitável ou não. Nesse momento, é hora de “pormos os pés no chão” e, com muito rigor e aspereza, estabelecer um sincero julgamento a respeito do resultado final. Incomodada com a ascensão da Pepsi nos 1980, a Coca-Cola decidiu que a melhor ideia era contra-atacar e, em um errôneo julgamento, criou a New Coke. O novo refrigerante se parecia com o sabor da principal rival e, em três meses, foi retirado das prateleiras, pois o público rejeitou o sabor da “Coca-Cola com gosto de Pepsi”.⁵ A iniciativa colocou a Pepsi no posto de líder de mercado e demonstrou que uma má análise final de uma ideia pode arruinar e sepultar um novo produto ou, até mesmo, uma empresa.

Figura 1 – As fases do processo criativo, por Howkins (2005)



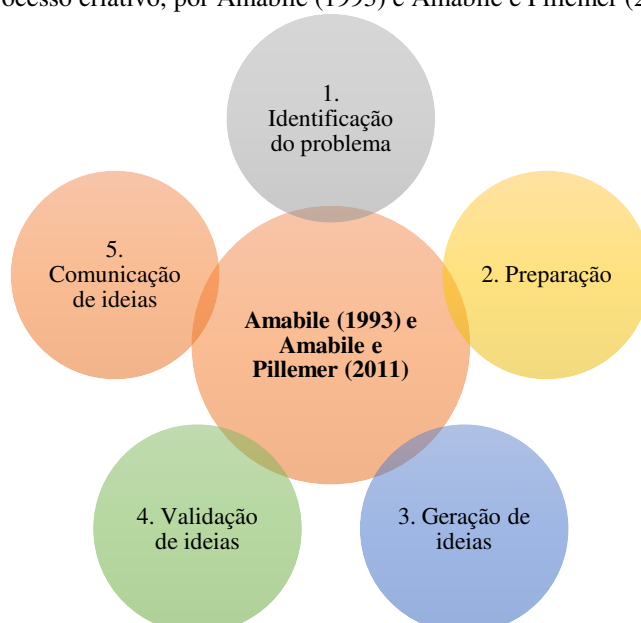
Fonte: Elaborado pelos autores

Amabile (1993) e Amabile e Pillemer (2011) idealizam suas concepções de processo criativo, também, em cinco fases. Inicialmente, cabe identificar o problema de forma clara, isso, porque, uma falha de detecção nesta etapa pode comprometer todas as demais. Para a autora, este “é o ponto em que a pessoa se torna consciente de que há uma oportunidade ou uma necessidade de resolver um problema ou realizar uma nova tarefa” (2011, p. 15). Na sequência, surge a preparação, momento em que o indivíduo reúne informações para

⁵ Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/8-produtos-que-deram-errado-desde-o-lancamento# 1>>. Acesso em: 01 set. 2015.

desempenhar a tarefa; este é o período em que se busca referências, procurando construir uma base sólida para o desenvolvimento da atividade. Surge, então, o momento de geração de ideias, onde as possibilidades de resolução do problema inicial tomam forma para, na quarta fase, validar as soluções propostas anteriormente. Por fim, as respostas são comunicadas e o processo é avaliado. Se o resultado é um sucesso total – uma solução útil e aceita pelos outros – ou o fracasso absoluto – nenhum progresso em direção à solução – o ciclo encerra-se. Se, ainda assim, houver progresso rumo ao objetivo final, retorna-se às fases anteriores e recomeça-se do ponto onde se parou. A autora alerta, ainda, que embora as fases devam ser seguidas na ordem proposta, isso não é uma regra absoluta; elas podem, inclusive, realizar-se em outras seqüências.

Figura 2 – As fases do processo criativo, por Amabile (1993) e Amabile e Pillemer (2011)



Fonte: Elaborado pelos autores

Anzieu (1981), inicialmente, explica a fase de *saisissement*, uma espécie de surpresa acompanhada de exaltação ou euforia: nessa fase, o criativo é, ao mesmo tempo, prisioneiro passivo e ativo conhecedor das próprias sensações e pode ser atingido pelo *insight*. Para o autor, o *insight* só é possível pelo fato de que o *saisissement* e as censuras “baixam suas guardas” e o cérebro se predispõem a receber as ideias.

O autor expõe, também, a segunda fase, a qual chama de tomada de consciência. É o momento em que a ideia ganha forma, passando de uma simples intuição para uma já consciente formulação. Nesse momento, o grupo onde a ideia foi exposta tem papel fundamental, pois o mesmo pode elevá-la ou “matá-la” (AMABILE, 1998).

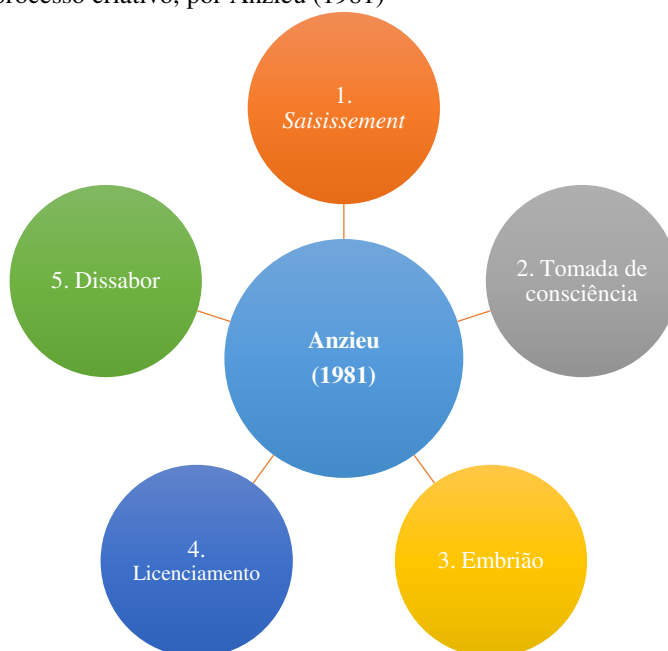
Na sequência, Anzieu destaca a etapa que permite à criatividade produzir o embrião da sua criação, ou seja, a ideia começa a tomar uma forma mais concreta e definida. O autor disserta que essa fase deve apresentar problemas bem particulares, onde o grupo pode, novamente, determinar a ascensão ou queda da ideia que está em processo de solidificação. Podem haver opiniões contrárias e os indivíduos se dividirem, gerando incompreensões, conflitos e incompetências de um lado, solidariedade, sinergia e rapidez, do outro. Nas organizações, esta é uma situação, relativamente, comum: após a explanação de uma ideia, determinados funcionários tomam partido a favor, enquanto outros manifestam-se contra, produzindo um verdadeiro “cabo de guerra” psicológico, onde vence aquele que souber impor-se de forma mais veemente.

A penúltima fase, denominada por Anzieu como licenciamento, é o momento que o criador corta o cordão umbilical e desapega de sua ideia, lançando-a ao mercado com tudo aquilo que daí se origina em termos de marketing, de lançamento, de publicidade, de crítica, de sucesso, de insucesso, de gratificação, de angústia, de compromissos e assim por diante. Anzieu (1981), contudo, alerta para as vantagens de trabalhar em grupo ao invés de dedicar-se solitariamente às atividades. Para o autor, enquanto o criativo que trabalha sozinho pode ser assombrado pelo pânico de que sua veia criativa se rompa, o grupo pode oferecer maior confiança no prosseguimento do trabalho.

Finalmente, Anzieu aponta a fase do dissabor, o momento onde a insatisfação que acomete, quase sempre, o criativo frente a sua obra se manifesta. Ben Affleck despreza sua participação em *Demolidor – O Homem Sem Medo* referindo-se à produção como “o único filme que eu realmente detesto”, assim como Halle Berry, em *Mulher-Gato* que, ironicamente, agradeceu a Warner Bros por tê-la colocado “nessa grande m****, nesse filme horrível” e, também, Megan Fox, em *Transformers* onde, segundo ela, “o filme não é ruim, eu apenas não me orgulho do que fiz”.⁶ Contudo, o dissabor tem suas vantagens: é ele que estimula o criativo a prosseguir com sua arte e criação.

⁶ Disponível em: <<http://www.telegraph.co.uk/>>. Acesso em: 01 fev. 2015.

Figura 3 – As fases do processo criativo, por Anzieu (1981)



Fonte: Elaborado pelos autores

Kneller (1978), inicialmente, expõe os conceitos de algumas autoridades, as quais “[...] sustentam que os vários processos que participam na criação, em verdade são tão complexos e entremeados uns nos outros, que seria irrealístico congelá-los numa simples sequência” (p. 62-63). Contudo, o autor, embora admita que o argumento seja bom, rechaça que o mesmo não é decisivo. Por isso, propõe uma divisão em cinco estágios, que incluem a:

1. Primeira apreensão: trata-se do nascimento do germe da criação (o *insight*), a inquietação de uma ideia a ser realizada ou de um problema a ser resolvido.

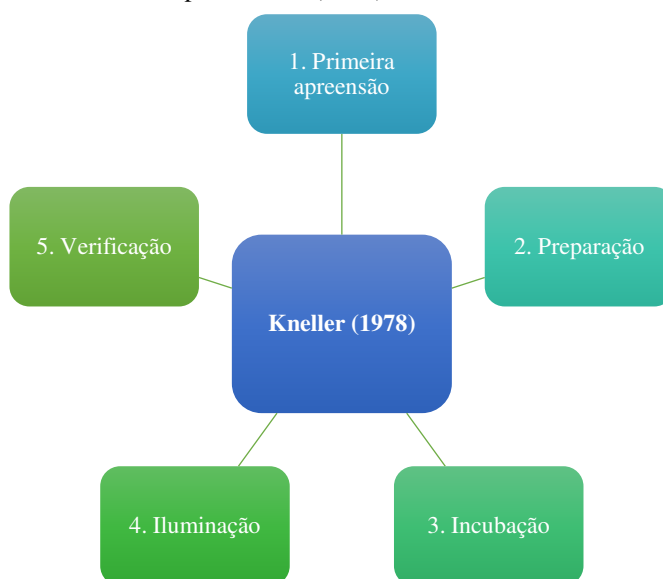
2. Preparação: constitui rigorosa investigação das potencialidades da ideia germinal. O criativo propõe possíveis soluções e pondera suas forças e fraquezas.

3. Incubação: trata-se de uma atividade não consciente na qual as ideias do criativo borbulham em sua mente. Este período pode ser longo ou curto, mas precisa, necessariamente, existir. “Não pode vir a inspiração sem o trabalho do inconsciente, seja por seis meses, seis horas ou seis minutos” (p. 67).

4. Iluminação: é o clímax do processo de criação. Subitamente, o criativo percebe a solução de seu problema; é como se tudo estivesse no seu lugar e surgisse o pensamento que exclama: “como não pensei nisso antes?!”.

5. Verificação: este é o momento de revisar o que foi gerado. O criativo deve, neste período, distinguir o que é válido e aproveitável do que não é: “O intelecto e o julgamento têm de terminar a obra que a imaginação criou” (p. 71).

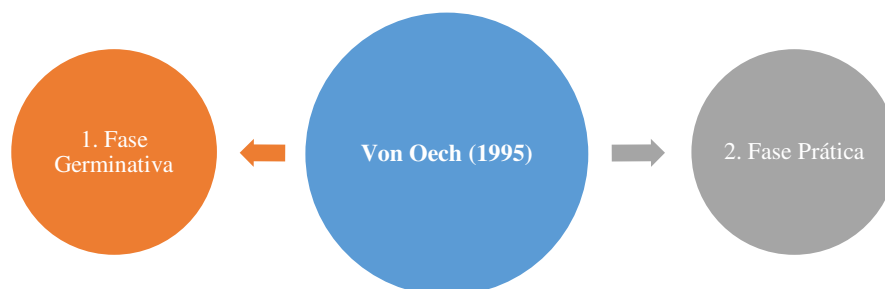
Figura 4 – As fases do processo criativo, por Kneller (1978)



Fonte: Elaborado pelos autores

Von Oech (1999) teoriza o processo criativo através de dois momentos: a Fase Germinativa, onde as ideias são geradas e manipuladas e a Fase Prática, onde essas mesmas ideias são avaliadas e executadas. Metaforicamente, pode-se dizer que “a Fase Germinativa faz as ideias novas brotarem e a Fase Prática colhe o resultado” (p. 43). Para o autor, ambas são importantes, uma em cada momento. O pensamento difuso é muito eficaz na fase da germinação, quando alguém está procurando novas ideias. O pensamento concreto, por sua vez, é mais adequado à fase prática, no período em que se está filtrando e avaliando as ideias, fazendo com que as mesmas caibam nos limites das soluções práticas, calculando riscos e transformando a ideia em ação. Contudo, embora ambos apresentem vantagens, os pensamentos concreto e difuso exibem, também, desvantagens: “Utilizar o pensamento difuso quando se está na fase prática pode impedir a execução de uma ideia. Aqui, a firmeza e objetividade são preferíveis à ambiguidade e aos sonhos. Já na fase germinativa, o pensamento concreto pode limitar o processo de criação” (p. 45).

Figura 5 – As fases do processo criativo, por Von Oech (1999)



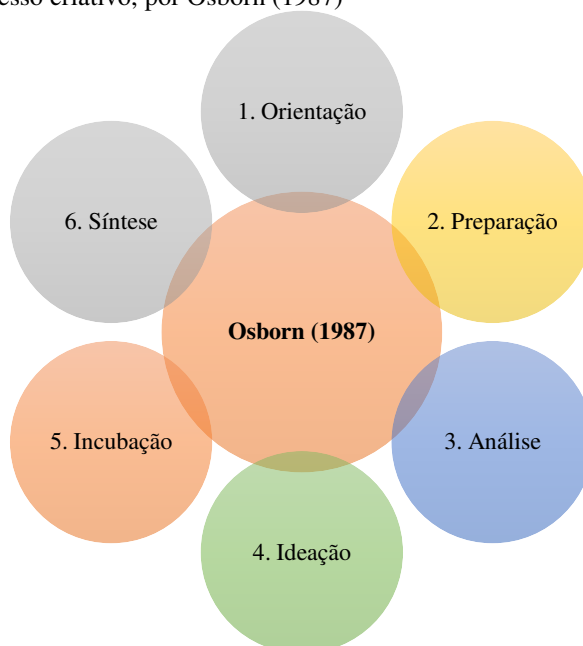
Fonte: Elaborado pelos autores

Há, até hoje, muitos fatos físicos que não sabemos como se originam e, para Osborn (1987), a criatividade se enquadra nesses episódios. O autor, assim como Boden (1994), afirma que “[...] talvez nunca se consiga explicar perfeitamente como se processa a criação das ideias. Daí também, não ser provável que se possa formular rigorosamente o processo criador” (p. 112). Osborn (1987), contudo, propõe que o processo criativo se molda em sete etapas, que incluem:

- Orientação: o problema é assinalado;
- Preparação: os dados pertinentes ao problema são reunidos;
- Análise: o material importante é decomposto;
- Ideação: por meio das ideias há um acúmulo de alternativas;
- Incubação: há um descaso, justamente para que a iluminação seja introduzida;
- Síntese: há a reunião dos elementos;
- Avaliação: as ideias resultantes são julgadas.

O autor admite, assim como Amabile (1998), que estas fases podem se desenrolar fora da sequência sugerida. Há, por exemplo, a possibilidade de a análise conduzir-nos diretamente à solução; ou, depois da incubação, pode-se passar novamente a procurar fatos que, inicialmente, não se julgavam necessários; ou, ainda, pode-se focar a verificação nas ideias hipotéticas, excluindo as esdrúxulas e avançando somente com as mais adequadas.

Figura 6 – As fases do processo criativo, por Osborn (1987)



Fonte: Elaborado pelos autores

Rodriguez Estrada (1992), em um primeiro momento, observa que o procedimento de criar algo implica em (a) uma estruturação da realidade, (b) uma desestruturação da mesma e (c) uma reestruturação em termos novos. Sendo assim, elenca seis estágios que compreendem o processo criativo, baseando-se em experiências e conhecimentos empíricos “de um cento de seminários” (p. 48).

Segundo o autor, os passos são definidos como:

- Questionamento: ato que consiste em perceber algo como problema. “É fruto de inquietude intelectual, de curiosidade bem calçada, de interesse cultivado, de hábitos de reflexão, de capacidade para perceber além do que as superfícies e aparências nos oferecem” (p. 49);
- Acúmulo de dados: é a etapa das observações, leituras, experimentos e experiências, enfim, é o momento de buscar referências. “O criador em potencial necessita buscar o melhor material, para que a mente trabalhe sobre terreno sólido e fértil” (p. 51);
- Incubação e Iluminação: estas etapas, para o autor, estão relacionadas e, por isso, ele as trata de forma unificada. A incubação refere-se à “digestão inconsciente das ideias; é um período silencioso, aparentemente estéril; mas, na realidade, de intensa atividade”. Já a iluminação, momento de encontro com a ideia, expressa “a experiência de uma claridade surpreendente, comparável à vivência de sair de um túnel à luz do meio-dia” (p. 52).

• **Elaboração:** é o momento de pôr em prática a ideia surgida; consiste em redigir o roteiro de um filme, executar as notas de uma música ou programar um *game*. “Este é o passo da ideia luminosa à realidade externa, a ponte da esfera mental à esfera física ou social” (p. 54).

• **Comunicação:** o ciclo, que começou com uma inquietude, admiração ou pergunta, encerra-se, justamente, com a transmissão e propagação da ideia. *Stairway to Heaven*, clássica música da banda Led Zeppelin, seria menos sublime se permanecesse trancafiada no estúdio onde foi gravada? Não; contudo, o ato de comunicar e propagar a canção deu a todos a chance de apreciar os *riffs* e solos criados por Jimmy Page. “Se a essência da criatividade é o novo junto com o valioso, o novo-valioso pede a gritos dar-se a conhecer” (p. 54).

Figura 7 – As fases do processo criativo, por Rodriguez Estrada (1992)



Fonte: Elaborado pelos autores

Torrance (1976), baseando-se nas divisões propostas por Wallas (1926), estabelece quatro fases⁷ para o processo criativo. Inicialmente, temos a Preparação, no sentido de coleta de dados, onde, posteriormente, o criativo já pode elaborar possíveis soluções: “há o sentimento de uma necessidade ou deficiência, exploração ao acaso e um esclarecimento ou ‘fixação’ do problema” (p. 35). Na sequência, o autor descreve o período de Incubação, onde os neurônios continuam a funcionar, mesmo que de forma indireta. Após, temos a Iluminação,

⁷ Esta divisão foi proposta, primeiramente, por Graham Wallas (*The Art of Thought*. New York: Harcourt Brace and World, 1926), onde ele analisa as ideias do fisiologista e físico alemão Hermann von Helmholtz. Wallas, porém, usou o termo inspiração ao invés de iluminação (KNELLER, 1978).

que é, justamente, o momento em que uma nova ideia surge: “De tudo isso resulta o nascimento de uma ideia nova – um lampejo de visão interior” (p. 35). Há, ainda, o momento de Revisão, onde as soluções encontradas são experimentadas a fim de avaliar o desfecho mais propício e promissor.

Figura 8 – As fases do processo criativo, por Torrance (1976)



Fonte: Elaborado pelos autores

O

Quadro 1 expressa uma síntese dos processos criativos discutidos.

Quadro 1 – Quadro-síntese – Processo Criativo

Autor(es)	Etapas
Amabile (1993) e Amabile e Pillemer (2011)	<ul style="list-style-type: none"> • Identificação do problema ou tarefa • Preparação • Geração de Respostas • Comunicação • Validação da Resposta e Resultado
Anzieu (1981)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Saisissement</i> • Tomada de Consciência • Embrião • Licenciamento • Dissabor
Howkins (2005)	<ul style="list-style-type: none"> • Exame • Incubação • Sonhos • Entusiasmo • “Cair na real”
Kneller (1978)	<ul style="list-style-type: none"> • Primeira apreensão • Preparação • Incubação • Iluminação • Verificação

Autor(es)	Etapas
Osborn (1987)	<ul style="list-style-type: none"> • Orientação • Preparação • Análise • Ideação • Incubação • Síntese e Avaliação
Rodríguez Estrada (1992)	<ul style="list-style-type: none"> • Questionamento • Acúmulo de Dados • Incubação • Iluminação • Elaboração • Comunicação
Torrance (1976)	<ul style="list-style-type: none"> • Preparação • Incubação • Iluminação • Revisão
Von Oech (1999)	<ul style="list-style-type: none"> • Fase Germinativa • Fase Prática

Fonte: Elaborado pelos autores

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Cada vez mais valorizada enquanto diferencial econômico, a criatividade é, constantemente, encorajada e estimulada, pois, novos setores, novos segmentos e novas tecnologias derivam – e dependem – dela. Em um mundo onde o que vale é a diferenciação, tanto individual quanto coletiva, criar tornou-se algo que pode gerar *status* e riqueza. Dessa forma, buscando usufruir do *ethos* criativo enquanto agente transformador, entende-se que compreender e discutir o processo que cerca o ato de criar é, além de estimulante, necessário nos atuais tempos.

Sendo assim, após a apresentação das etapas elencadas para este trabalho, entende-se que o número de fases pode variar de autor para autor. Alguns, como Osborn (1987) e Rodríguez Estrada (1992), preferem elencar um elevado número de etapas; outros, contudo, optam por enumerar uma quantidade menor, como, por exemplo, Von Oech (1999), que atribui apenas dois passos.

Destaca-se, no entanto, a alta incidência da fase denominada “incubação”, citada por um considerável número de autores analisados: Howkins (2005), Kneller (1978), Osborn (1987), Rodríguez Estrada (1992) e Torrance (1976). Esta etapa gera, sem dúvidas, uma série de inquietações nos estudiosos do meio, pois é cercada por uma densa aura enigmática – como, aliás, tudo que envolve a criatividade e seu processo.

REFERÊNCIAS

- AMABILE, T. M. Motivational Synergy: Toward New Conceptualizations of Intrinsic and Extrinsic Motivation in the Workplace. **Human Resource Management Review**, v. 3, n. 3, 1993, p. 185-201.
- AMABILE, T. M.; PILLEMER, J. Perspectives on the Social Psychology of Creativity. **Journal of Creative Behavior**, v. 45, i. 4, dec. 2011, p. 03-15.
- ANZIEU, D. **Le corps de l'oeuvre**. Paris: Éditions Gallimard, 1981.
- BODEN, M. A. What Is Creativity? In: BODEN, Margaret A. (Org). **Dimensions of Creativity**. Massachussets: The MIT Press, 1994, p. 75-117.
- DE MASI, D. **Criatividade e grupos criativos**. Rio de Janeiro, RJ: Sextante, 2005.
- DUAILIBI, R.; SIMONSEN JÚNIOR, H. **Criatividade & Marketing**. ed. atual. São Paulo, SP: Makron Books, 2009.
- HOWKINS, J. **Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas**. São Paulo: M. Books, 2005.
- KNELLER, G. F. **Arte e ciência da criatividade**. 5. ed. São Paulo, SP: IBRASA, 1978.
- OSBORN, A. F. **O poder criador da mente: princípios e processos do pensamento criador e do Brainstorming**. São Paulo, SP: IBRASA, 1987.
- RODRIGUEZ ESTRADA, M. **Manual de criatividade: os processos psíquicos e o desenvolvimento**. São Paulo, SP: IBRASA, 1992.
- TORRANCE, E. P. **Criatividade: medidas, testes e avaliações**. São Paulo, SP: IBRASA, 1976.
- VON OECH, R. **Um “toc” na cuca**. 15. ed. São Paulo, SP: Cultura, 1999.