

Criatividade e escrita

Vânia Aquino (UCB)
Juarez Moreira da Silva Júnior (UCB)

RESUMO: Exigir criatividade quando se fala de produção textual na escola é algo que requer mais que uma simples solicitação ao aluno. A criatividade, que pode ser entendida como uma forma de saber utilizar as informações, ou como resultado da interação entre processos cognitivos, personalidade, variáveis ambientais e elementos inconscientes, envolve uma interação dinâmica entre elementos relativos à pessoa e ao ambiente, e é considerada um fenômeno psicossocial. Observando a complexidade e a multidimensionalidade desse conceito, este artigo visa discutir a relação entre criatividade e escrita, considerando estudos da Linguística e da Psicologia, com vistas a compreender melhor os elementos que envolvem a avaliação de um texto criativo.

Palavras-chave: Criatividade; produção de textos; avaliação.

ABSTRACT: Asking for creativity at the students school texts is something that requires more than a simple request to the student. The creativity, seen as a way to use the information or as a result of the interaction between cognitive processes, *personality*, and environmental variables unconscious elements, involves a dynamic interaction between personal elements and the environment, and is considered a psychosocial phenomenon. Considering the complexity and multidimensionality of the concept, *this* paper aim to discuss the relationship between creativity and writing, considering studies of Linguistics and Psychology, *in order* to better understand the elements that involve the evaluation of a creative text.

Keywords: *Creativity; texts; evaluation.*

Introdução

Na escola do Joãozinho, a professora passou uma redação com o seguinte tema: “Mãe, só tem uma”. No dia seguinte, todos os alunos apresentaram seus textos, até que chegou a vez de Joãozinho ler sua redação: “Ontem chegou uma visita lá em casa. A visita ficou na sala, aí minha mãe disse para eu pegar três latas de refrigerante na cozinha. Abri a geladeira, olhei o que tinha e gritei: – Mãe, só tem uma!”

É muito comum vermos professores de língua portuguesa pedirem aos seus alunos para produzirem textos criativos. Mas o que é exatamente um texto criativo? A resposta de Joaozinho à redação solicitada pela professora poderia ser considerada uma resposta criativa ou trata-se apenas de um exemplo de fuga ao tema proposto, afinal, Joãozinho não falou sobre como as mães são únicas e, por isso, especiais?

A expectativa quanto à produção de textos criativos requer clareza quanto ao que é criatividade, que pode ser entendida como a expressão de ideias originais, pode estar

relacionada à imaginação, à inventividade ou mesmo à noção de capacidade crítica. Pensando nessas e noutras questões, este artigo objetiva discutir, a partir da Linguística e da Psicologia, a relação que envolve a criatividade e a produção de textos.

A produção de textos

O mundo da escrita é algo que faz parte das mais diversas tarefas do nosso dia-a-dia. Vivemos diante de uma variedade de textos escritos: rótulos, anúncios, livros, revistas, jornais, quadrinhos, cartazes, folhetos, correspondências, documentos... e tantos outros.

Para aqueles que estudam, então, a convivência com a escrita é ainda mais próxima. Os estudantes são chamados constantemente não apenas a ler os livros didáticos e os diversos textos que circulam no ambiente escolar, mas também a produzir textos, como vimos na história inicial do Joãozinho.

Essa tarefa nem sempre é fácil, pois demanda uma série de conhecimentos. São aspectos ortográficos e gramaticais; é a escolha e o estudo do tema, pois sem informação não é possível escrever; são conhecimentos de estruturação do discurso; dos recursos de produção de textualidade (coesão e coerência textual), e de organização e progressão das ideias.

Escrever exige, ainda, a definição de objetivos, de destinatários, e do gênero textual – bilhete, carta, contrato, artigo, ensaio, notícia, *email*, por exemplo –, afinal não se escreve um bilhete em casa da mesma forma que se faz um ofício para um diretor. Diante de todos esses fatores, produzir um texto na escola costuma ser considerada uma tarefa complexa, difícil e, por vezes, chata, principalmente quando não se vê um motivo para escrever.

A escola é, infelizmente, um dos poucos espaços em que, em geral, não se consideram as funções que a escrita pode apresentar – de informar, convencer, pedir, emocionar, agir e interagir, por exemplo. Escreve-se pela simples razão de exercitar a escrita, desconsiderando que a escrita não tem um fim em si mesma; sua importância está no uso que se faz dela (MARCUSCHI, 2001; CAGLIARI, 2003). Na escola escreve-se muitas vezes sem motivação e por isso os resultados nem sempre são positivos.

Outro aspecto importante a ser observado é que nem todos utilizam a escrita da mesma forma. Há aqueles que a utilizam nas redes sociais, nos e-mails, ou no trabalho, dependendo da função, mas há também quem não tenha acesso a nada disso e só utilize a

escrita na escola ou para anotar um recado em casa. Para alguém que não escreve constantemente, produzir um texto, qualquer que seja o tema, pode parecer algo sem qualquer utilidade.

Não bastasse ser uma tarefa complexa em função de todos os aspectos mencionados, há quem discuta, ainda, a produção do texto a partir da noção de criatividade. Mas o que é um texto criativo? Que variáveis podem ser evidenciadas na produção de um texto criativo? Para Giglio (1996), que estudou sobre criatividade na produção de textos a partir de uma pesquisa com professores da educação básica, o texto criativo evidencia-se pela “liberdade de expressar o novo, seja ele manifestado por uma maneira pessoal de usar a língua ou pela apresentação de ideias originais, produzidas a partir da elaboração individual de experiências”. Então, se produzo um texto sem os conhecimentos e a motivação necessários para fazê-lo, seria possível produzir um texto criativo?

Antes de discorrer sobre a produção de texto criativo, urge esboçar uma compreensão sobre a criatividade, esta nossa (des)conhecida que reclama novas formas de enxergar o mundo.

A criatividade

A palavra criatividade está relacionada com o termo criar e deriva do latim *creare*, que significa dar existência, estabelecer relações até então não estabelecidas pelo universo do indivíduo, visando determinados objetivos. Esta acepção nos remete à ideia de que a criatividade nos incentiva a realizar, agir e fazer.

Podemos começar a pensar em criatividade como uma função do cérebro. Quando falamos em cérebro humano, estamos nos referindo a um complexo sistema que é formado de duas metades, conhecidas pelo nome de hemisférios cerebrais. o esquerdo e o direito. Em uma comparação funcional entre os dois hemisférios cerebrais, podemos afirmar que o hemisfério esquerdo é judicial, avaliativo, matemático, científico, e no qual predomina o raciocínio convergente, racional, literal, explícito, controlador e a percepção direta. Ao contrário, o hemisfério direito acrítico, artístico, no qual predomina o raciocínio divergente, não racional, metafórico, implícito, a emoção e a percepção holográfica. Nesse sentido, fica fácil entender que os hemisférios cerebrais estão intrinsecamente relacionados com os processos mentais do cérebro. Assim, o lado esquerdo do cérebro controla o lado direito do corpo, o qual estimula a lógica, a análise, a linearidade, e é onde está assentado o

pensamento convergente. Em contrapartida, o lado direito do cérebro, controla o lado esquerdo do corpo, o qual estimula a criatividade, a imaginação, às fantasias, e é onde está assentado o pensamento divergente.

Esta reflexão, porém, é insuficiente para abarcar o conceito de criatividade, pois todos nós temos esta estrutura de cérebro, com estas funções bem determinadas, mas a criatividade está presente de diferentes formas em cada ser. Seria a criatividade um dom natural? Uns têm, outros, não. Seria loucura? Os criativos são pessoas excêntricas. Seria mistério? A criatividade tem a sua fonte em algo misterioso, desconhecido da capacidade humana. Seria bruxaria? Os criativos conhecem o segredo ou algum truque.

Para La Torre (2003), criatividade é saber utilizar as informações disponíveis, tomar decisões, ir além do aprendido, mas, sobretudo, saber aproveitar qualquer estímulo do meio para solucionar problemas. Já para Vygotsky (1989), a criatividade é resultante de uma interação mutuamente benéfica entre a pessoa e o ambiente. É uma das funções psicológicas superiores, eminentemente humana, intimamente relacionada ao desenvolvimento pessoal, social, científico e cultural de uma sociedade. Corroboram esta reflexão os autores Csikszentmihalyi e Sawyer (1995), os quais compreendem que a criatividade é um fenômeno psicossocial, cuja expressão é fruto tanto de características do indivíduo, quanto de seu ambiente social.

A criatividade pode ser vista, também, como uma possibilidade de “dar forma a algo novo” (OSTROWER, 1996), o que abrange “a capacidade de compreender e de relacionar, ordenar, configurar, significar”, ou, segundo Davidoff (1983), como uma “capacidade distinta de solução de problema”, ou como uma “maneira de fazer melhor as coisas (DE BONO, 1994), ou como um potencial humano relacionado a processos cognitivos e intuitivos (MIRSHAWAKA & MIRSHAWAKA JUNIOR (1992), ALENCAR (1996) VON OECH (1997).

Segundo Wechsler (1993), a criatividade pode ser entendida “como o resultado da interação entre processos cognitivos, personalidade, variáveis ambientais e elementos inconscientes”. Com isso, os estudos na área de criatividade, passaram a considerar diferentes aspectos e a classificar tradicionalmente a criatividade em 4 categorias: a pessoa criativa; o processo criativo; o produto criativo; e o ambiente criativo.

Em relação à pessoa, a análise inclui estudos referentes às características pessoais e aos traços que as distinguem, como, por exemplo: habilidades cognitivas, traços da personalidade, motivação, estilos de aprendizagem. Em relação ao processo, temos as

operações e estratégias cognitivas para analisar ideias, resolver problemas, tomar decisões, gerenciar o seu pensamento. Em relação ao produto, considera-se a originalidade, a inovação e a relevância. E, em relação ao ambiente, destaquem-se os elementos da cultura, como valores e normas dominantes em uma dada sociedade, as características específicas do ambiente mais próximo ao indivíduo, e o clima psicológico do trabalho.,.

A partir destas 4 categorias, e levando em consideração esse mosaico de conceitos, podemos inferir que a criatividade está presente em todas as pessoas. O processo criativo relaciona o conhecimento de um indivíduo com seu meio. E, o que é melhor: pode ser manipulado através de algumas técnicas.

Há, ainda, outras abordagens teóricas ao estudo da criatividade: a Teoria do Investimento, a Teoria Sistêmica e o Modelo Componencial. Este último, de autoria de Amabile (1983), destaca que a criatividade requer três componentes necessários: a habilidade de domínio, os processos criativos relevantes e a motivação intrínseca.

A Teoria do Investimento, cujos autores são Sternberg & Lubart (1995, 1996), enfatiza que as pessoas criativas são aquelas dispostas a “comprar barato e vender caro” no plano das ideias. Assim, “comprar barato” significa perseguir ideias que são desconhecidas, mas que o indivíduo percebe como sendo potencialmente valiosas. Por outro lado, “vender caro” envolve partir para novos projetos quando uma ideia ou produto se torna valioso, já tendo possibilitado um retorno significativo.

Por fim, a Teoria Sistêmica, defendida pelo Csikszentmihalyi (1996), afirma que o foco dos estudos em criatividade deve ser nos sistemas sociais e não apenas no indivíduo. Nas palavras do autor:

Criatividade não ocorre dentro dos indivíduos, mas é resultado da interação entre os pensamentos do indivíduo e o contexto sociocultural. Criatividade deve ser compreendida não como um fenômeno individual, mas como um processo sistêmico (CSIKSZENTMIHALI, 1996, p. 23).

Estas várias definições nos levam a concordar com Martinez (2009), quando afirma que a criatividade é um construto heterogêneo. E, também, com Alencar (1996), quando afirma que a criatividade é um fenômeno complexo multifacetado, que envolve uma interação dinâmica entre elementos relativos à pessoa, como característica de personalidade e habilidade de pensamento, e ao ambiente, como o clima psicológico, os valores e normas da cultura e as oportunidades para expressão de novas ideias.

Assim como identificou Oliveira e Nakano (2011), o conceito de criatividade apresenta-se de maneira diferente para cada autor que se debruçou sobre a temática. Estes conceitos, assim como um caleidoscópio, nos surpreendem com uma configuração diferente a cada movimento, isto pode apresentar, em um primeiro momento, uma imprecisão conceitual, pois é impossível abarcar todos os conceitos já apresentados por autores diversos, em uma única definição. Em função disso, pode-se afirmar que o conceito de criatividade apresenta uma característica multidimensional (Wechsler, 1998).

Assim, para se trabalhar um texto de forma criativa é preciso estar atento a situações em que prevalecem a unicidade, a multidimensionalidade, a simultaneidade, a urgência e a incerteza. Situações onde prevalecem a **unicidade**, pois raramente um texto se assemelha a outro; a **multidimensionalidade**, pois na maioria da vezes, as dificuldades surgem do complicado cruzamento entre fatores sociais, psicológicos, educativos, institucionais; a **simultaneidade**, pois deve-se trabalhar com o grupo, sem descuidar de cada um; a **urgência** e a **incerteza**, pois os acontecimentos podem tomar um rumo imprevisto, por isso ocorre desenvolver capacidades de reação rápida.

Vale ainda destacar que, dentro do processo de desenvolvimento e aprendizagem, a criatividade se dá por meio da interação com outras pessoas. Assim, o sujeito não é apenas ativo, mas interativo. Dentro de um novo paradigma, verificamos que o estado emocional das pessoas exerce poderosa influência na criatividade. Para desenvolver o potencial criativo de forma plena, precisamos buscar o equilíbrio e a estabilidade nos três planos constituidores da pessoa humana: no plano físico (organismo, corpo), no plano mental (cabeça, inteligência) e no plano emocional (coração, desejo). Distúrbios em qualquer desses planos acabam por acarretar prejuízos aos demais.

O texto criativo

Para falar de texto criativo é preciso, antes de tudo, falar de criatividade na linguagem. Chomsky (1975) defende a ideia de que a linguagem, por si, já é criativa, pois permite, a partir de um número finito de unidades linguísticas, a produção de um número infinito de enunciados, muitos deles novos, diferentes, nunca antes produzidos. São essas construções que permitem aos falantes expressarem suas ideias, agirem e interagirem, de acordo com os contextos, criando e recriando enunciados. Nesse sentido, em tese, todo texto já seria produto de um processo criativo, o processo criativo da linguagem.

Na prática, porém, sabemos que nem todo texto é avaliado como criativo. Na definição do Ostrower (1996), fica evidente a ligação da criatividade com a capacidade de entender o que se escreve, pois o ato criador pode ser visto como a capacidade de atribuir significado, e o que é a escrita senão a capacidade de significar e resignificar?

Roland Barthes (1998) afirma que o verbo “escrever” pode ser transitivo ou intransitivo, a depender de quem escreve. Se quem escreve é um *escritor*, as palavras ganham maior importância que a informação em si. Se não é um *escritor* que escreve, o foco volta-se para a informação. Ou seja, aquele que tem domínio da técnica e o envolvimento com a tarefa (Renzulli, 2011), está mais próximo do texto criativo do que aquele que não o tem. Um escritor simplesmente escreve. Escreve pelo prazer de escrever! É o que vemos na literatura, por exemplo.

Para além do indivíduo, Csikszentmihali (1996) nos leva a refletir sobre a criatividade enquanto um processo que resulta da intersecção de três fatores: indivíduo, domínio e campo. O indivíduo é a pessoa que assimilou as regras do domínio, encontrando-se pronto para imprimir no campo suas variações individuais. O domínio representa a cultura na qual um determinado comportamento tem lugar. E o campo é composto por indivíduos que conhecem as regras do domínio e que decidem se o desempenho do indivíduo é criativo ou não. Nesse sentido, o texto criativo é aquele produzido pelo sujeito que tem o conhecimento da técnica e do conteúdo, tem a motivação necessária para produzi-lo, o faz em condições favoráveis e é reconhecido como criativo.

Ao analisarmos o texto de Joãozinho, não podemos nos esquecer de que é um texto produzido no domínio da escola e, em geral, as escolas avaliam apenas os produtos da escrita, desconsiderando a prática e a reflexão sobre o processo de escrita. No entanto, Segundo Giglio (1996), os critérios necessários à produção de textos criativos chamam a atenção justamente para o processo de escrita e não simplesmente para o produto. São eles o conhecimento e o uso formal da linguagem, a importância de saber ler e compreender o tema proposto, a familiaridade com o tema e com o ato de escrever e, principalmente, a motivação. Esses aspectos corroboram o posicionamento de Amabile (1983), reforçando a ideia de que, sem conhecimento e sem interesse, dificilmente se produzirá um texto criativo.

Mas será que os professores, ao analisarem os textos dos seus alunos, consideram todos esses aspectos ou simplesmente avaliam o produto, observando a originalidade, a inovação e a relevância? No caso de Joãozinho, podemos nos ater apenas ao produto

apresentado, em que fica obvio que Joãozinho, apesar de não ter desenvolvido seu texto conforme se esperava, trouxe uma resposta original à proposta da professora.

Podemos, também, nos perguntar: por que Joãozinho não escreveu sobre a singularidade de “ser mãe”. O que o terá levado a associar o tema a outro sentido? Trata-se de um ato consciente ou Joãozinho não entendeu o tema proposto? Que conhecimentos ou motivação Joãozinho tem para produzir um texto? O contexto escolar e familiar de que faz parte favorece a sua produção criativa?

Em síntese, ao se avaliar a criatividade de um texto, é preciso entendê-lo como resultado de relações que envolvem o indivíduo, o ambiente, aspectos culturais, bem como as oportunidades, como bem afirma Alencar (1996), pois a criatividade é um fenômeno complexo e heterogêneo.

É preciso entender, ainda, que, sem conhecimento dos recursos da escrita, sem domínio das técnicas da escrita, dificilmente um aluno conseguirá produzir um texto criativo. O conhecimento linguístico envolve saberes que correspondem às diversas áreas da gramática e que permitem ao produtor do texto combinar formas que podem produzir sentido a partir da sonoridade (fonologia), como fazem os poetas; combinar formas para criar novas palavras (morfologia), como tão bem fez Manuel Bandeira, ao criar o verbo *teadorar*¹; organizar as palavras em frases e delas extrair vários sentidos (sintaxe e semântica), como faz a publicidade, por exemplo; adequar as expressões aos contextos de uso (pragmática); e tantos outros conhecimentos necessários à produção do texto criativo.

Portanto, é ingênuo pensar que um aluno que concluiu o ensino médio sem se apropriar do discurso da escrita, por mais que tenha motivação, inventividade e informação sobre o tema, conseguirá produzir textos criativos.

A criatividade na escrita é fruto de uma habilidade que é construída e amadurecida progressivamente. Se o contexto escolar não oferece as condições necessárias para que essa criatividade se desenvolva, se o desenvolvimento da criatividade não é parte integrante dos planos da escola, se não há clareza entre os professores de Língua Portuguesa sobre o que significa exatamente essa criatividade na escrita, e se os professores nem mesmo são preparados, na sua formação inicial, para promoverem a criatividade dos alunos, e principalmente, se o aluno sequer se apropria dos recursos da escrita, não há que se falar na produção de textos criativos.

¹ Manuel Bandeira (1947), *Neologismo*.

Há, sim, que se avaliar a importância de que a escola se reorganize para possibilitar ao estudante o desenvolvimento da sua habilidade de escrita e da sua criatividade, considerando o contexto em que vive, suas potencialidades, limitações, e dando-lhe condições de manifestar-se criticamente, pois assim ele perceberá que escrever não é um dom, nem o simples resultado da prática da escrita, escrever é um exercício de manifestação de uma identidade.

Referências Bibliográficas

- ALENCAR, E. M. L. S. et al. **Barreiras à expressão da criatividade entre profissionais da área de Educação**. In: XXVI Reunião Anual de Psicologia. Ribeirão Preto, SP, 1996.
- AMABILE, T. M. **The social psychology of creativity**. Nova York: Springer. 1983
- BARTHES, Roland. **O rumor da língua**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1998.
- CHOMSKY, Noam. **Aspectos da teoria da sintaxe**. Coimbra: Armênio Amado, 1975.
- CAGLIARI, Luiz Carlos. **Alfabetização e linguística**. São Paulo: Scipione, 2003.
- CSIKSZENTMIHALYI, M. and K. Sawyer. **Creative Insight: The Social Dimension of a Solitary Moment. The Nature of Insight**. R. J. Sternberg and J. E. Davidson. Cambridge, MA, MIT, 1995. Press: 329-364.
- DAVIDOFF, Linda L. **Introdução à Psicologia**. São Paulo: McGraw Hill. 1983.
- DE BONO, Edward. **Criatividade Levada a sério**. São Paulo: Pioneira, 1994.
- GIGLIO, Zula Garcia. **Criatividade na produção de textos: estudo da concepção de criatividade entre professores de português que lecionam de 5^a. a 8^a. série**. Campinas, SP: Tese de Doutorado, 1996. Disponível em: <<http://www.cmu.unicamp.br/seer/index.php/resgate/article/viewArticle/130>>.
- LA TORRE, Saturnino. **Dialogando com La creatiividad**. Barcelona: Octaedro, 2003.
- MARCUSCHI, L.A. **Da fala para a escrita – atividades de retextualização**. 2.Ed. São Paulo: Cortez, 2001.
- MIRSHAWKA, Victor; MIRSHAWKA JUNIOR, Victor. **Qualidade da Criatividade**. São Paulo: Makron Books, 1992.
- OLIVEIRA, Maria Antonia de & NAKANO, Tatiana de Cássia. Revisão de pesquisas sobre criatividade e resiliência. **Temas em Psicologia**, vol. 19, nº2, p. 467-479. 2011. Disponível em <<http://www.sbponline.org.br/revista2/vol19n2/PDF/v19n2a10.pdf>>
- OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processo de criação**. Petrópolis: Vozes. 1996.

STERNBERG, R. J.; LUBART, T. I. **Defying the crowd**. Cultivating creativity in a culture of conformity. Nova York: The Free Press. 1995.

STERNBERG, R. J.; LUBART, T. I. **Investing in creativity**. American Psychologist. 51, p. 677-688, 1996.

VYGOTSKY, Lev Semenovich. **A formação social da mente**. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes. 1989.

WECHSLER, S. M. **Criatividade: descobrindo e encorajando**. Campinas: Editora Psy, 1993.

WECHSLER, S. M. **Avaliação multidimensional da criatividade: uma realidade necessária**. Psicol. Esc. Educ. (Impr.) vol.2 no.2 Campinas, 1998.

Vânia de Aquino Silva possui graduação em Letras pela Universidade de Brasília (1992) e mestrado em Linguística pela Universidade de Brasília (1997). É professora da Universidade Católica de Brasília (UCB), em nível de graduação e pós-graduação, na área de Letras - Linguística, e na de Educação a Distância. Tem experiência em extensão universitária, principalmente em projetos voltados à Educação Comunitária, e atua em atividades de consultoria nas áreas de Educação e Língua Portuguesa. Além das atividades docentes, desenvolve trabalho como editora de conteúdo da área de Língua Portuguesa para a editora Edebê-Brasil, ligada à Rede Salesiana de Escolas. (vaniaa@ucb.br)

Juarez Moreira da Silva Júnior possui graduação em Educação Física pela Universidade Federal do Espírito Santo (1993) e mestrado em Educação na área de concentração em Filosofia da Educação pela Universidade Metodista de Piracicaba (1998). Atualmente é professor da Universidade Católica de Brasília (UCB). É especialista em Teorias Crítica e Educação, e especialista em Aprendizagem Cooperativa e Tecnologias Educacionais. Tem experiência na área de Educação e Formação Continuada de professores. Participa, como pesquisador, do Grupo de Pesquisa da UCB intitulado "Ensino, Aprendizagem e Formação de Professores". Atualmente é, também, coordenador da Pós-Graduação em Educação Infantil da UCB. Participa, como pesquisador, do Grupo de Pesquisa Sistemas Tutores Inteligentes. (juarezs@ucb.br)