



UNIVERSIDADE DO VALE DO TAQUARI – UNIVATES  
CENTRO DE CIÊNCIAS BIOLÓGICAS E DA SAÚDE  
CURSO DE PSICOLOGIA

**CRIATIVIDADE EM ESTUDANTES DE DESIGN DE INÍCIO E DE  
FINAL DE CURSO**

Vanessa Pederiva

Lajeado, junho de 2018

Vanessa Pederiva

**CRIATIVIDADE EM ESTUDANTES DE DESIGN DE INÍCIO E DE  
FINAL DE CURSO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II, do Curso de Psicologia, da Universidade do Vale do Taquari – Univates.

Orientadora: Profa. Dra. Raquel de Melo Boff

Lajeado, junho de 2018

## Criatividade em estudantes de *Design* de início e de final de curso

**RESUMO:** O presente estudo teve como objetivo investigar se estudantes universitários de final de curso de *Design* apresentam diferença significativa nas características de criatividade figural em relação a estudantes que estão iniciando esse mesmo curso. Para tanto, seguiu-se a abordagem quantitativa e transversal, de comparação entre grupos. Participaram deste estudo 31 sujeitos, com idades entre 18 e 32 anos, dos quais 15 cursavam o primeiro semestre, 14 estavam no último ano de graduação e 2 eram recém-formados. Os instrumentos utilizados foram o Teste de Torrance – Pensando Criativamente com Figuras e uma ficha de dados sociodemográficos para caracterização da amostra. Foi utilizado o teste *Mann Whitney* para amostras independentes, sendo considerado um intervalo de confiança de 95%. Evidenciou-se que, dos 15 indicadores de criatividade que o teste avalia, 9 apresentaram diferença estatística significativa, pois  $p \leq 0.05$ , entendendo que o curso de *Design* auxilia no desenvolvimento do potencial criativo dos estudantes.

*Palavras-chave:* criatividade; curso de *Design*; avaliação da criatividade.

## Creativity in students of *Design* of beginning and end of course

**ABSTRACT:** The presente study had as objective to investigate if university students at the end of course of *Design* have significant difference in the characteristics of figural creativity in relation to students who are initiating this same course. For that, the quantitative and transversal approach of comparison between groups was followed. Thirty-one subjects participated in this study, aged between 18 and 32 years, of which 15 were in the first semester, 14 were in the last year of graduation and 2 were newly graduated. The instruments used were the Torrance Test - Thinking Creatively with Figures and a sociodemographic data sheet for characterization of the sample. The Mann Whitney test was used for independent samples, being considered a 95% confidence interval. It was evidenced that, of the 15 indicators of creativity that the test evaluates, 9 presented a significant statistical difference, since  $p \leq 0.05$ , understanding that the *Design* course assists in the development of students' creative potential.

*Key words:* creativity; course of *Design*; evaluation of creativity.

## Creatividad en estudiantes de *Design* de inicio y de final de curso

**RESUMEN:** El presente estudio tuvo como objetivo investigar si estudiantes universitarios de final de curso de *Design* presentan diferencia significativa en las características de creatividad figural en relación a estudiantes que están iniciando ese mismo curso. Por lo tanto, se siguió el abordaje cuantitativa y transversal, de comparación entre grupos. Participaron de este estudio 31 sujetos, con edades entre 18 y 32 años de los cuales 15 cursaban el primer semestre, 14 estaban en el último año de graduación y 2 eran recién graduados. Los instrumentos utilizados fueron el Test de Torrance-Pensando Creativamente con Figuras y una ficha de datos sociodemográficos para caracterización de la muestra. Fue utilizado el test de *Mann Whitney* para muestras independientes, siendo considerado un intervalo de confianza de 95%. Se evidenció que, de los 15 indicadores de creatividad que el test evalúa, 9 presentaron diferencia estadística significativa, pues  $p \leq 0.05$ , entendiendo que el curso de *Design* auxilia en el desarrollo del potencial creativo de los estudiantes.

*Palabras-clave:* creatividad; curso de *Design*; evaluación de la creatividad.

A criatividade busca ser compreendida por diversas ciências e refere-se ao fato de que o inventor ou criador de algo novo precisa se destacar, isto é, pensar de uma forma inovadora para fazer diferença em seu meio de atuação. Na contemporaneidade, um profissional bem-sucedido pode ser definido como uma pessoa criativa, que inova e procura diferentes formas de realizar determinada ação (Gardner, 1999; Tudda & Santos, 2011).

Pensando na criatividade como um construto psicológico, Guilford, pioneiro nessa área, seguiu uma abordagem cognitiva para explicar esse fenômeno, entendendo que a criatividade está relacionada ao pensamento divergente, o qual estaria ligado à capacidade cognitiva de criação (Kneller, 1999; Wechsler, 2004b). Contudo, na década de 1980, Torrance, embasando-se e dando continuidade aos estudos de Guilford, percebeu que não apenas a cognição está relacionada à criatividade, mas há também aspectos emocionais. Com isso, Torrance passou a realizar pesquisas a partir de onze indicadores da criatividade: a presença de emoção, fantasia, movimento, combinações de ideias, resistência ao fechamento, perspectiva incomum, perspectiva interna, humor, riqueza de imagens, colorido de imagens e títulos expressivos (Nakano, Wechsler, & Primi, 2011; Wechsler, 1998a).

Após vários estudos e tentativas de definir o que é criatividade, Torrance (1988, p. 43) entendeu que a “criatividade desafia a definição precisa”. Com isso, o autor refere-se a diversas definições já encontradas para a criatividade, ressaltando que continua sendo um conceito complexo, uma vez que não existe uma fórmula para que a pessoa comece a pensar de forma criativa. O autor explicita que, dentro do meio científico, é possível obter acepções aproximadas, mas não precisas, pois é difícil traduzi-las em palavras com exatidão.

A partir da abordagem do autor, Wechsler (1985, 1998a, 2001, 2004a) realizou diversas pesquisas com a população brasileira, considerando-se mais adequado e correto um modelo multidimensional para avaliar a criatividade, isto é, um modelo que desse a devida importância a aspectos cognitivos e emocionais. Dessa forma, devem-se considerar alguns critérios – novidade, mente aberta, flexibilidade de pensamento, fluência de ideias e tolerância à ambiguidade – para que a pessoa seja capaz de criar algo a partir do seu pensamento e comportamento criativos (Cosme, 2012; Torrance, 1988). Corroborando isso, Wechsler (1998a) conceitua a criatividade em uma ampla abordagem, em que vários tipos de interações são necessários para que a autorrealização seja alcançada de forma harmônica, levando em conta aspectos pessoais, profissionais e transcendentais do desenvolvimento humano.

Pensando nisso, é possível perceber que a criatividade é importante em algumas áreas de atuação profissional, como, por exemplo, no campo do *design*, pelo fato de essa ser uma área em que os profissionais precisam criar e inovar, a fim de suprir a demanda apresentada

pelo mercado e trazer soluções significativas para as mais diversas necessidades humanas. Para tanto, pode-se refletir sobre o fato de que os cursos de graduação em *Design* devem auxiliar no desenvolvimento do potencial criativo dos seus estudantes, procurando formar profissionais competentes e habilidosos para criar e inovar (Pinheiro & Criveralo, 2014; Brasil, 2004).

Acredita-se que cada pessoa possui um potencial criativo dentro de si, devendo apenas desenvolvê-lo para um melhor desempenho em sua vida pessoal e profissional. Segundo Nakano (2011), existem técnicas e estratégias comprovadas a partir de estudos que podem desenvolver o pensamento criativo, levando em conta as limitações individuais.

Nessa perspectiva, sabe-se que *designers*, independentemente do campo de atuação e especialidade, precisam ser criativos, pois estão sempre inovando. Pinheiro e Crivlaro (2014) definem o *design* como sendo um processo de invenção que passa por diversas fases, desde a idealização e criação de um objeto até sua elaboração e especificação, na qual o produto será produzido industrialmente, ou por um sistema de produção em série. Desse modo, considera-se que *designers* precisam ser criativos para suprir as demandas que surgem no mercado de trabalho, desenvolvendo, assim, seu potencial criativo ao longo do curso de graduação. Este, por sua vez, proporciona o desenvolvimento da criatividade aos seus estudantes por meio de disciplinas teóricas e práticas, bem como trabalhos que permitem ao discente pensar em diferentes formas de solucionar um problema com base em materiais propostos pelo professor (Wechsler, 1998b).

Desse modo, Parreira (2016) explica que os profissionais da área de *design*, consideram o cliente, ou consumidor, a partir do que este procura, pois o resultado do seu processo criativo deve satisfazer as expectativas criadas por parte do cliente. Com isso, percebe-se a importância de os profissionais da área de *design* terem seu potencial criativo bem desenvolvido, já que é uma ferramenta de trabalho.

Conforme Zavadil, Silva, & Tschimmel (2016), os estudos sobre criatividade e *design* se fortaleceram ao longo dos anos de 1980 e 1990, de modo que, durante essa segunda década, as pesquisas tiveram maior foco sobre as estratégias mentais utilizadas por *designers* no seu modo de pensar em diferentes contextos, visando compreender os atributos que contribuem para a criatividade no *design*. Dessa forma, Bürdek (2006) refere-se ao *design* como uma atividade agregada a conceitos criativos, fantasia, invenção e inovação. Para tanto, o *designer* deve ter a capacidade não apenas de produzir pensamentos criativos e inovadores, mas também avaliar como colocará suas ideias em prática, tendo em vista o contexto e o resultado a que se deseja chegar.

A partir disso, considerando que a criatividade é importante para os profissionais da área de *design*, este estudo teve como objetivo avaliar se estudantes universitários de final de curso de *Design* de uma Instituição de Ensino Superior - IES, localizada no interior do Rio Grande do Sul, apresentam diferença significativa nas características de criatividade figural em relação aos estudantes que estão no início desse mesmo curso.

## **Método**

Tendo em vista o objetivo proposto, este estudo seguiu a abordagem quantitativa e transversal de comparação entre grupos.

### **Participantes**

Participaram deste estudo 31 estudantes universitários e recém-graduados, com idades entre 18 e 32 anos, do sexo feminino e masculino, os quais cursavam o primeiro e o último ano de graduação e *designers* que haviam finalizado o curso no semestre anterior ao decorrente. A amostra utilizada para a pesquisa foi não probabilística, que tem por característica fazer uso de parte da população, de maneira mais acessível (Haddad, 2004).

### **Instrumentos**

Para que o objetivo proposto pudesse ser atingido, foi aplicado um instrumento que avalia a criatividade figural no sujeito, o Teste de Torrance – Pensando Criativamente com Figuras, criado por Torrance e validado para a versão brasileira por Wechsler (2004a). Esse teste, composto por três atividades, pode ser aplicado de forma individual ou coletiva. Inicialmente, na primeira atividade, os participantes devem, em 5 minutos, dar continuidade ao desenho utilizando a forma curva que se encontra nas orientações, além de criarem um título e uma história para o seu desenho, escrevendo-os abaixo do desenho elaborado. Na segunda atividade, são concedidos 10 minutos para que os participantes deem continuidade a 10 formas inacabadas (que servem de estímulo), a fim de elaborarem uma figura. Por fim, na última atividade, há 30 pares de linhas retas como estímulos, aos quais os participantes devem dar continuidade e, em 10 minutos, elaborar os melhores desenhos que conseguirem. Tanto na atividade 2 quanto na 3, os participantes devem colocar títulos nos seus desenhos, em espaço disposto abaixo deles (Wechsler, 2004a).

O instrumento avalia 15 características, de forma que o resultado final apresenta uma combinação de características cognitivas e emocionais da criatividade, que são: fluência (quantidade de ideias); flexibilidade (diversidade de ideias); elaboração (acréscimo de detalhes nos desenhos); originalidade (ideias incomuns); expressão de emoção (indicação de emoções); fantasia (seres imaginários, como conto de fadas e ficção científica); movimento (expressão de movimentos); perspectiva incomum (utilização de perspectivas diferentes); perspectiva interna (desenhos possíveis de ver seu interior); uso de contexto (criação de ambiente para o desenho); combinações de ideias (síntese de dois ou mais estímulos); extensão de limites (extensão dos estímulos); títulos expressivos (além da descrição do desenho); índice criativo figural 1 (soma das 4 primeiras características, consideradas indicadores cognitivos); índice criativo figural 2 (soma das 13 características criativas) (Wechsler, 1998a, 2001, 2004a).

Além do teste, também foi utilizada a Ficha de Dados Sociodemográficos com o intuito de caracterizar a amostra. Para tanto, foram elaboradas 27 questões, das quais 7 eram critérios Brasil para classificação socioeconômica e as demais tiveram foco nos dados pessoais dos participantes, como idade, sexo, semestre, entre outras.

## **Procedimentos**

Após a aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa (CAAE 83118418.6.0000.5310), foi entrado em contato com o professor coordenador do curso de *Design* da IES, a fim de explicar sobre o objetivo da pesquisa, bem como adquirir o consentimento, por parte dele, para realizar a pesquisa com os estudantes. Dos 31 sujeitos da pesquisa, 4 participaram de forma individual, em dia e horário pré-agendado por meio do *e-mail* pessoal de cada um, o qual foi disponibilizado pelo coordenador do curso. Aos outros participantes, teve-se acesso em sala de aula, em duas turmas, sendo uma apenas com estudantes iniciantes de primeiro semestre e outra com estudantes que estão finalizando o curso de *Design*. O acesso às turmas se deu por meio de permissão por parte do coordenador do curso e dos professores que lecionaram as disciplinas. Cabe destacar que todos os participantes deram o seu consentimento através da leitura e assinatura no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

Cabe destacar que, antes da aplicação do teste com os participantes, entrou-se em contato via *e-mail* com a autora do teste para a versão brasileira (Wechsler, 2004a), a fim de explicar a pesquisa e o objetivo desta e solicitar a sua autorização quanto à cópia das folhas do caderno de respostas e das folhas do caderno de correção. Então, foi recebido o

consentimento, por meio de uma carta assinada pela autora, para que se pudesse fotocopiar o Caderno de Aplicação e o Caderno de Correção do Teste Pensando Criativamente com Figuras.

### **Análise de dados**

Os dados foram processados no *Statistical Package for the Social Sciences* - SPSS versão 24.0. Para caracterização da amostra, foi utilizada a estatística descritiva, e, para análises de comparação entre grupos, análises multivariadas.

A normalidade da amostra foi verificada através do teste *Shapiro Wilk*, no qual optou-se por análises de dados não paramétricos. Para comparação entre grupos (início de curso X final de curso), foi utilizado o teste *Mann Whitney* para amostras independentes, considerando um intervalo de confiança de 95%.

### **Resultados**

Dessa forma, a partir desses critérios, participaram deste estudo 31 sujeitos, com idades entre 18 e 32 anos, sendo a média de idade de 22.10 (DP=3.57), dos quais, 58.06% (n=18) são do sexo feminino, e 41.94% (n=13) são do sexo masculino. Do total de participantes, 15 estavam iniciando o curso, ou seja, cursavam o primeiro semestre de *Design*; 14 eram estudantes que cursavam o último ano do curso; e 2 eram *designers* recém-formados que finalizaram sua graduação no segundo semestre de 2017.

O número total de estudantes de início de curso que se encaixaram nos critérios para participação na pesquisa, foi de 20; contudo, somente 15 tiveram interesse em participar. Dessa forma, como se trata de uma pesquisa comparativa entre dois grupos, procurou-se utilizar um número aproximado de participantes que estão em fase de finalização da graduação, ou recém-formados, havendo, assim, 16 participantes pertencentes a esse segundo grupo que tiveram interesse em participar, de um total de 32 que se encaixaram nos critérios de inclusão.

Em relação às características em função de classe social, de acordo com critérios Brasil de classificação, 48.39% (n=15) dos participantes encaixaram-se nos critérios de classificação da classe A; 45.16% (n=14) fazem parte da classe B; e 6.45% (n=2) se encaixaram na classificação da classe C. Quanto ao estado civil dos participantes, 90.30% (n=28) considera-se solteiro. Dos 31 participantes, 90.30% (n=28) se veem como pessoas

criativas. Do total, 51.60% (n=16) trabalham atualmente em algo relacionado à profissão de *designer*. Dentre os participantes que percebem que o curso de *Design* auxilia no desenvolvimento do seu potencial criativo, estão 96.80% (n=30). Em relação ao fato de já terem cursado ou estarem cursando algum outro curso, além da graduação, que possua como objetivo desenvolver a criatividade no sujeito, 38.70% (n=12) afirmaram já ter concluído ou estar realizando outro curso. E, por fim, 100% (n=31) dos participantes acreditam que a criatividade seja importante tanto na sua vida pessoal quanto na profissional.

Dentre os 31 participantes, 54.80% (n=17) declararam não ter recebido, ao longo de sua vida, nenhum diagnóstico com algum problema de saúde mental. Do restante, 35.20% (n=11) assinalaram já ter tido diagnóstico de ansiedade; 25.60% (n=8) salientaram que já foram diagnosticados com depressão; 9.60% (n=3) declararam já ter recebido diagnóstico de transtorno do pânico; 6.40% (n=2) assinalaram já ter tido diagnóstico de bipolaridade; e 3.20% (n=1) afirmou já ter recebido diagnóstico de Transtorno Obsessivo Compulsivo. Salienta-se que alguns participantes tiveram diagnóstico de mais de um problema de saúde mental.

Na tabela abaixo, estão representadas as médias dos resultados obtidos na comparação entre grupos de início e final de curso, juntamente com o desvio padrão de cada uma das 15 dimensões avaliadas pelo instrumento e da idade dos participantes, assim como o nível de significância da diferença entre grupo de início e de final de curso, representado por *p*. As estatísticas do teste (U de *Mann Whitney*). Para o cálculo estatístico, foi utilizado o teste *Mann Whitney*, o qual indica o quanto o teste é preciso.

**Tabela: Média, desvio padrão, teste U e *p*.**

Variáveis	Início de curso (n=15) Média (DP)	Final de curso (n=16) Média (DP)	U*	<i>p</i> **
Idade	19.66 (2.28)	24.37 (3.03)	20.00	<0.001***
Fluência	14.20 (8.48)	18.87 (4.57)	62.50	0.02***
Flexibilidade	10.86 (4.61)	16.06 (4.10)	49.50	0.005***
Elaboração	38.40 (16.31)	49.56 (15.38)	71.50	0.055
Originalidade	10.06 (6.19)	14.00 (2.92)	57.00	0.01***
Expressão de emoção	2.20 (2.27)	3.43 (2.25)	75.00	0.07
Fantasia	1.86 (1.99)	2.56 (1.71)	85.00	0.15
Movimento	3.33 (2.28)	6.18 (4.67)	74.50	0.07
Perspectiva Incomum	1.53 (2.09)	4.06 (2.67)	50.00	0.005***
Perspectiva Interna	1.20 (1.52)	1.75 (1.12)	76.50	0.07

Uso de contexto	1.33 (1.58)	2.75 (1.84)	67.00	0.03***
Combinações	0.13 (0.35)	0.5 (0.96)	103.00	0.32
Extensão de Limites	4.86 (3.70)	7.87 (2.65)	56.00	0.01***
Títulos Expressivos	15.20 (10.57)	24.37 (7.20)	50.50	0.006***
Índice Criativo Figural 1	72.46 (32.61)	98.68 (18.14)	49.50	0.005***
Índice Criativo Figural 2	104.13 (48.79)	152.00 (29.31)	50.50	0.006***

\*teste *Mann Whitney U*

\*\* intervalo de confiança de 95%;  $p \leq 0.05$

\*\*\* apresentam diferença estatística significativa,  $p \leq 0.05$

A tabela mostra que todas as médias dos 15 indicadores avaliados pelo teste são maiores no grupo de final de curso em relação às de início de curso, indicando, assim, que os escores foram superiores no grupo de estudantes que estão em fase de finalização do curso de *Design*. Contudo, em se tratando de significância estatística, 9 indicadores dos 15 representam significância estatística quando comparados estudantes de início e final de curso, ou seja,  $p \leq 0.05$ , as quais são: fluência, flexibilidade, originalidade, perspectiva incomum, uso de contexto, extensão de limites, títulos expressivos, índice criativo figural 1 e índice criativo figural 2.

### Discussão e conclusão

Em relação à criatividade cognitiva dos participantes, entende-se que os estudantes de final de curso possuem maior capacidade de produzir ideias, ou seja, pensam em diversas soluções eficazes para um determinado problema. Essas ideias produzidas são vistas de diferentes ângulos por esses estudantes, que procuram diferentes categorias de ideias a fim de enfrentar determinada situação, assim como quebram os padrões habituais de pensar, gerando respostas incomuns ou raras para um determinado problema. A característica originalidade, muitas vezes, é considerada por leigos como sinônimo de criatividade; contudo, ela não é a única forma de expressão criativa (Wechsler, 2004a).

Corroborando isso, Kneller (1999) refere-se ao fato de que Guilford, ao pesquisar sobre o ato criativo, explicou-o a partir do pensamento divergente, que se move em diversas direções - ou seja, a pessoa tem uma grande quantidade de ideias - a fim de encontrar uma solução para um problema. Já o pensamento convergente é aquele que se move em uma única direção, a partir de regras previamente conhecidas, para uma resposta convencional ou determinada. Com isso, é possível perceber, a partir dos resultados obtidos, que os estudantes de final de curso possuem uma capacidade cognitiva de criação superior aos estudantes de

início de curso de *Design*, conseguindo produzir mais ideias incomuns e de diferentes tipos durante o processo de criação.

Em estudos realizados por Nakano (2011) sobre programas que objetivam desenvolver a criatividade, percebeu-se que as atividades propostas nesses programas, de fato, estimulam a criatividade no sujeito. Dessa forma, levando-se em conta o fato de o curso de graduação em *Design* possuir como um dos objetivos estimular a capacidade criativa nos estudantes, a fim de propor soluções inovadoras com o uso de técnicas e processos de criação (Brasil, 2004), os professores da área do *design* formulam problemas, cujo resultado a que se quer chegar, muitas vezes, já é sabido, mas é o estudante que terá que planejar o caminho e os materiais a serem usados para resolver o problema. O processo criativo é assim estimulado, pois entende-se que o mercado de trabalho funciona dessa forma para *designers*, que devem suprir as demandas do cliente e da sociedade (Parreira, 2016).

A partir dos indicadores emocionais de criatividade que tiveram resultados estatísticos significativos, compreende-se que os estudantes de final de curso possuem uma capacidade maior de ver e realizar de maneira diferente, por outra perspectiva, aquilo que, para algumas pessoas, são verdades imutáveis, não se conformando com paradigmas pré-estabelecidos, e assim, pensam em novas propostas e caminhos de ação. Além disso, também conseguem ir para além da ideia principal, sendo sensíveis, também, para o ambiente externo, além do interno, e assumindo riscos e superando obstáculos. Desse modo, demonstram possuir confiança em suas ideias, ousam e apostam naquilo que criam, procurando ir além do óbvio ao expressar a essência de suas ideias (Wechsler, 2004a). Pensando nesses indicadores emocionais da criatividade, Oliveira, Nakano, & Wechsler (2016) explicam que esse constructo é visto como um representante de saúde emocional, pelo fato de o sujeito ser capaz de superar dificuldades que surgem de forma inesperada. Além disso, a pessoa tem consciência de suas potencialidades, gerando maior autonomia e liberdade social para lidar com problemas.

Quanto aos índices criativos figurais 1 e 2, em que o primeiro é a soma dos escores dos indicadores considerados cognitivos, e o segundo é a soma dos 13 indicadores, sendo esses cognitivos e emocionais, ambos demonstraram serem potentes indicadores de criatividade, pois apresentaram níveis de confiança significativos, discriminando, assim, os dois grupos. Corroborando isso, Buzan (2005) afirma que o *designer*, assim como toda pessoa criativa, vê a partir de diversos ângulos e pontos de vista diferentes, podendo invertê-los e, assim, encontrar resultados incomuns e originais, até então inéditos. Esses aspectos que, para o autor são fundamentais, neste estudo, assemelham-se aos indicadores perspectiva incomum

e originalidade, avaliados pelo teste. Com isso, entende-se, a partir dos resultados apresentados, que não apenas essas características estão presentes nos estudantes em fase de finalização e em *designers* formados, como também outras que se mostram tão importantes quanto as mencionadas pelo autor.

A variável idade indicou que os estudantes de final de curso possuem idade cronológica superior em relação aos de início de curso. Em uma pesquisa realizada por Mundim, Milian, Gums, Wechsler, & Damasceno (2014), a qual teve como objetivo avaliar a criatividade verbal em estudantes universitários de São Paulo, por meio do Teste de Torrance – Pensando Criativamente com Palavras, percebeu-se que indivíduos com idade entre 21 e 30 anos apresentaram escores maiores de criatividade verbal em relação a indivíduos com idade entre 17 e 20 anos. Contudo, a diferença entre as médias desses estudo citado se deu apenas em alguns indicadores e foi considerada baixa, possuindo diferença estatística significativa apenas na variável fantasia.

Outra pesquisa realizada por Bahia (2008), na qual foram feitos estudos com estudantes universitários, do ensino básico e secundário de Portugal, por meio da aplicação da bateria completa do Teste de Torrance – Pensando Criativamente com Palavras e com Figuras, demonstrou que os estudantes universitários são ligeiramente mais flexíveis e originais em relação aos demais estudantes. Corroborando essa ideia, Alencar, Fleith, & Pereira (2017) entendem que além da postura de professor e de aluno, a instituição também deve realizar mudanças culturais, promovendo um clima que incentive a reflexão e o desenvolvimento pessoal de alunos e professores. Dessa forma, entende-se que não apenas o curso de *Design* auxilia no desenvolvimento do potencial criativo, mas também o desenvolvimento natural da pessoa, experiências de vida, assim como o ambiente universitário.

Entretanto, salienta-se que o presente estudo obteve diferença significativa em diversos indicadores, principalmente no total geral dos escores das 13 características, representado pelo índice criativo figural 2, indicando que estudantes de final de curso de *Design* apresentam escores maiores de criatividade figural em relação aos estudantes iniciantes desse mesmo curso. Desse modo, percebe-se que os estudantes em fase de finalização possuem, em relação aos estudantes iniciantes, maior capacidade de criação, de lidar com problemas do dia a dia, não apenas na profissão de *designer*, mas também na vida pessoal.

Pensando no objetivo deste estudo, que foi o de investigar se o curso de *Design* de uma IES auxilia no desenvolvimento da criatividade em seus estudantes, pode-se dizer que foi

bem-sucedido, uma vez que conseguiu responder ao problema inicial. Entende-se, portanto, que o curso de *Design* auxilia no desenvolvimento do potencial criativo dos estudantes, formando *designers* preparados para enfrentar situações-problema no seu meio de atuação e capazes de encontrar estratégias que se encaixem e sejam bem-sucedidas, isto é, solucionem um problema e/ou satisfaçam demandas do mercado de trabalho.

Assim como o curso de *Design* utiliza ferramentas e estratégias para estimular a criatividade em seus estudantes, futuros profissionais, outros cursos universitários poderiam auxiliar no desenvolvimento do potencial criativo dos estudantes, pois se considera que não apenas *designers* precisam ser criativos, uma vez que essa é uma habilidade importante para o desempenho satisfatório nas demais profissões. Complementando isso, Alencar (1998) refere-se a alguns países da América e da Europa, onde diversas universidades possuem cursos que estimulam e desenvolvem a criatividade nas mais distintas áreas, entendendo que o profissional deve estar preparado para explorar seu potencial criador a fim de suprir as demandas que surgem no mercado de trabalho, independentemente da área de atuação.

Desse modo, compreende-se que este estudo contribuiu para evidenciar que há diferença significativa entre os níveis de criatividade em estudantes de início e final de curso de *Design*, entendendo, assim, que este auxilia no desenvolvimento do potencial criativo dos estudantes. Contudo, a amostra utilizada é considerada pequena, se comparada a outros estudos que fizeram uso do mesmo instrumento para medir a criatividade figural, considerando-se que com uma amostra maior, os dados poderiam ser mais generalizáveis. Todavia poucos estudantes se formam e iniciam o curso a cada ano nessa área na IES a qual o curso de *Design* pertence, dificultando, assim, uma amostra maior.

Acredita-se que futuros estudos envolvendo essa problemática poderiam comparar o desenvolvimento do potencial criativo ao longo dos cursos, pois entende-se que seria válido para uma possível revisão de currículo, visto que essa é uma habilidade importante para a atuação de qualquer profissional.

## Referências

Alencar, E. M. L. S. (1998) Desenvolvendo o potencial criador: 25 anos de pesquisa. *Cadernos de Psicologia*, 4(1), 113-122. Recuperado de [https://repositorio.ucb.br/jspui/bitstream/123456789/7374/1/Desenvolvendo\\_potencial\\_criador%2025%20anos%20de%20pesquisa.pdf](https://repositorio.ucb.br/jspui/bitstream/123456789/7374/1/Desenvolvendo_potencial_criador%2025%20anos%20de%20pesquisa.pdf) em 01 out. 2017.

- Alencar, E. M. L. S.; Fleith, D. S.; Pereira, N. (2017) Creativity in higher education: challenges and facilitating factors. *Temas em Psicologia*, 25(2), 553-561. Recuperado de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/tp/v25n2/v25n2a09.pdf> em 15 out. 2017.
- Bahia, S. (2008) Criatividade e universidade entrecruzam-se? *Sísifo: Ciências da Educação*, 7, 51-62. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/profile/Sara\\_Bahia/publication/26572644\\_Do\\_creativity\\_and\\_university\\_intertwine/links/0912f505709179be30000000.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Sara_Bahia/publication/26572644_Do_creativity_and_university_intertwine/links/0912f505709179be30000000.pdf)
- Brasil. Ministério da Educação. Conselho Nacional da Educação. (2004) *Aprova as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design e dá outras providências*. Diário Oficial da União. Recuperado de [http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces05\\_04.pdf](http://portal.mec.gov.br/cne/arquivos/pdf/rces05_04.pdf) em 27 out. 2017.
- Bürdek, Bernhard E. (2006) *Design: história, teoria e prática do design de produtos*. São Paulo: Edgard Blücher.
- Buzan, Tony. (2005) *O poder da inteligência criativa: 10 maneiras de ativar o seu gênio criativo*. São Paulo: Cultrix.
- Cosme, C. A. G. (2012) *Criatividade e Inteligência: Contributos para a identificação da sobredotação e relação com o rendimento académico*. Dissertação de Mestrado, Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal. Recuperado de [https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/2671/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o\\_C1%C3%A1udia\\_Cosme.pdf](https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/2671/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o_C1%C3%A1udia_Cosme.pdf) em 15 out. 2017.
- Gardner, Howard. (1999) *Arte, Mente e Cérebro: Uma abordagem cognitiva da criatividade*. Tradução de Sandra Costa. Porto Alegre: Artmed.
- Haddad, Nagib. (2004) *Metodologia de Estudos em Ciências da Saúde: Como Planejar, Analisar e Apresentar um Trabalho Científico*. São Paulo: Roca.
- Kneller, George F. (1999) *Arte e Ciência da Criatividade*. Tradução de José Reis. 14. ed. São Paulo: Ibrasa.
- Mundim, M. C. B.; Milian, Q. G.; Gums, E. F.; Wechsler, S. M.; Damasceno, Y. S. L. (2014) Avaliação da criatividade em universitários. *Psicopedagogia*, 31(94), 35-43. Recuperado de [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-84862014000100005&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-84862014000100005&lng=pt&nrm=iso) em 1 out. 2017.
- Nakano, T. C. (2011) Programas de treinamento em criatividade: conhecendo as práticas e resultados. *Psicologia Escolar e Educacional*, 15(2) 311-322. Recuperado de [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-85572011000200013](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-85572011000200013) em 30 set. 2017.
- Nakano, T. C.; Wechsler, S. M.; Primi, R. (2011) *Teste de Criatividade Figural Infantil*. São Paulo: Vetor.
- Oliveira, K. S.; Nakano, T. K.; Wechsler, S. M. (2016) Criatividade e Saúde Mental: uma revisão da produção científica na última década. *Temas em Psicologia*, 24(4), 1493-1506. Recuperado de [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-389X2016000400016](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-389X2016000400016). doi: 10.9788/tp2016.4-16
- Parreira, S. I. M. (2016) Ferran Adrià, a criatividade como discurso (entre gastronomia, arte e design). *Estúdio*, 7(15), 50-57. Recuperado de [http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1647-61582016000300006&lng=en&tlng=en](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1647-61582016000300006&lng=en&tlng=en) em 8 out. 2017.
- Pinheiro, A. C. F. B.; Crivelaro, M. (2014) *História da arte e do design: princípios, estilos e manifestações culturais*. São Paulo: Érika.
- Torrance, E. P. (1988) The nature of creativity as manifest in its testing. In: STERNBERG, Robert J (Ed.). *The Nature of creativity: contemporary psychological perspectives*. New York: Cambridge University Press, p. 43-75.

- Tudda, L. Santos, A. B. A. (2011) Teorias para desenvolvimento da criatividade individual e organizacional. *Revista Administração em Diálogo*, 13(1), 116-133. Recuperado de <https://revistas.pucsp.br/index.php/rad/article/view/3846> em 22 out. 2017.
- Wechsler, S. M. (1985) Identificação do talento criativo nos Estados Unidos e no Brasil. *Psicologia: teoria, investigação e prática*, 1(2), 140-146. Recuperado de <http://periodicos.unb.br/index.php/revistapt/article/view/20286/14380> em 28 out. de 2017.
- Wechsler, S. M. (1998a) Avaliação multidimensional da criatividade: uma realidade necessária. *Psicologia Escolar e Educacional*, 2(2), 89-101. Recuperado de [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-85571998000200003](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-85571998000200003) em 7 set. 2017.
- Wechsler, S. M. (1998b) Pensando criativamente na universidade. *Psicologia Escolar e Educacional*, 2(1), 67-72. Recuperado de [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-85571998000100009&lng=es&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-85571998000100009&lng=es&nrm=iso) em 14 out. 2017.
- Wechsler, S. M. (2001) Criatividade na cultura brasileira: Uma década de estudos. *Psicologia: teoria, investigação e prática*, 6(1), 215-227. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/242612713\\_Criatividade\\_na\\_cultura\\_brasileira\\_uma\\_decada\\_de\\_estudos](https://www.researchgate.net/publication/242612713_Criatividade_na_cultura_brasileira_uma_decada_de_estudos) em 28 out. de 2017.
- Wechsler, Solange M. (2004a) *Avaliação da criatividade por figuras: Teste de Torrance – versão brasileira*. 2. ed. Campinas: Lamp/Impressão Digital do Brasil.
- Wechsler, S. M. (2004b) Avaliação da Criatividade Verbal no Contexto Brasileiro. *Avaliação Psicológica*, 1(3), 21-31. Recuperado de [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1677-04712004000100003](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-04712004000100003) em 20 ago. 2017.
- Zavadil, P.; Silva, R. P.; Tschimmel, K. (2016) Modelo Teórico do Pensamento e Processo Criativo em Indivíduos e em Grupos de *Design*. *Design & Tecnologia*, 12, 1-20. Recuperado de <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/159383/001015722.pdf?sequence=1> em 28 out. 2017.



**UNIVATES**

R. Avelino Tallini, 171 | Bairro Universitário | Lajeado | RS | Brasil  
CEP 95900.000 | Cx. Postal 155 | Fone: (51) 3714.7000  
[www.univates.br](http://www.univates.br) | 0800 7 07 08 09