

## A Criatividade acessível a todos

Ari Brito\*



MARTINEZ, Monica. **Tive uma idéia!**: o que é a criatividade e como desenvolvê-la. São Paulo: Paulinas, 2011. 78 p.

Como o livro mesmo diz, “Tive uma idéia” é uma oportunidade de alunos e profissionais da Comunicação se deliciar com um texto leve e ao mesmo tempo aprofundado sobre um assunto que está na discussão dos principais cursos de graduação e especialização da área e que, de certa forma, norteia muitas empresas hoje em dia: a inovação. Para quem busca conhecer a história da criatividade e, de certa maneira, da inovação, a autora e jornalista Monica Martinez – também de *Jornada do Herói: Estrutura narrativa mítica para a construção de histórias de vida em jornalismo* (2008), e *Para viver um Grande Amor* (2005), entre outros, – se permite citar passagens bíblicas como o Genesis para justificar a “criatividade divina”.

Com uma objetividade ímpar, a professora da pós-graduação da Associação Brasileira de Jornalismo Literário (ABJL) e do curso de Redação Criativa e Memória, Perfil e Biografia do Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo traz, no capítulo 1, “Um

---

\* Professor titular da Faculdade de Artes e Comunicação da Unisanta e mes-trando do Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul – USCS, São Caetano do Sul-SP, Brasil.

pouco de história e teoria”, a origem de expressões ligadas à criatividade. Ao mesmo tempo, ela demonstra propriedade ao navegar pela criatividade em diferentes povos e apresentar conceitos que vão de Sigmund Freud e Carl Jung ao estudioso da criatividade Robert Sternberg, atual reitor de artes e ciências da Tufts University (Boston, EUA). Por sinal, o livro de Monica Martinez se referencia inúmeras vezes neste psicólogo para apresentar conceitos relacionados à criatividade. Para os admiradores do estudo do comportamento, este capítulo traz uma série de explicações no campo da psicologia cognitiva, que a autora liga inteligentemente ao estudo da criatividade, quando conclui esta parte questionando o que é criatividade. Além disso, apresenta que: “boa parte dos especialistas concorda que criatividade é a habilidade de produzir um trabalho original e apropriado”.

No capítulo 2, a doutora em Comunicação pela ECA e PhD pela Umesp apresenta os “Portais da Criatividade”, que traz como é o processo da aquisição do conhecimento. Para Monica Martinez, haveria cinco portais epistemológicos principais, que facilitariam a compreensão do mundo. O primeiro apresentado é a cotidianidade, que compreende empirismo, cultura e senso comum; o segundo é o mítico-religioso, representado pela divindade, pelas crenças de diversas comunidades; o portal seguinte é o filosófico, no qual a pesquisadora demonstra como a filosofia se utiliza da ideia abstrata para chegar à criatividade para apresentar ideias sensacionais e revolucionárias até os dias de hoje; já o quarto portal é o científico, destinado ao empírico, à experiência, até mesmo à intuição; finalmente, o quinto portal, é o artístico, sempre associado à genialidade e, segundo Monica, cria uma ideia de que para ser criativo tem que ser gênio, o que não é verdade.

Ao entrar no capítulo 3, a jornalista apresenta o “Passo a Passo da criatividade”, no qual escreve rapidamente sobre os processos mentais. Esta talvez seja uma parte que mereceria um pouco mais de aprofundamento, mas que se justifica pela leveza do texto do capítulo que é abordar o processo criativo em si, do ponto de vista mais conceitual. Ainda nesta parte, a autora apresenta os três níveis para se chegar à criatividade, dando ênfase a clareza do que se deve mudar para se chegar lá. Ela lembra que é

um mito achar que a mudança tem que ser radical. Na sequência, traz Robert Sternberg novamente apresentando os oito níveis de inovação e como se deve lidar com as mudanças. Outro aspecto apresentado neste capítulo são os obstáculos que impedem a criatividade, retirados de Michael Ray no livro “Criatividade nos Negócios”, escrito com Rochelle Myers. Por sinal, neste tópico são apresentadas várias dicas e sugestões de diversos autores.

Ao apresentar o “Processo Criativo”, no capítulo 4, a autora defende que criatividade é um processo, diferente do que muitos pensam. Para isso, ela apresenta alguns modelos como o de “quatro estágios” de Jacques Hadamard (1865-1963) ou os “seis estágios” propostos por Michael Ray e Rochelle Myers. Neste último, Monica ainda inclui um novo estágio, relacionado à sua experiência profissional.

É com essa experiência que ela entra no capítulo 5, “Perfis Criativos” desmistificando um dos pontos principais da criatividade: é possível desenvolver criatividade? E, com seu talento para pesquisa, Monica diz que a resposta é relativamente positiva. Para isso apresenta alguns estudos que justificam essa afirmação, indo buscar inclusive Sternberg que divide os indivíduos em dois grupos (criadores e sub-realizadores).

Ao citar o psicólogo Abrahan Maslow e sua pirâmide das necessidades humanas, a pesquisadora introduz o capítulo 6, “A Importância da Motivação”, para o leitor como um fechamento crucial para a criatividade, já que sem motivação se torna difícil a tarefa de desenvolver soluções para os problemas mais complexos. Ao apontar Sternberg, reforçado pelas pesquisas de Teresa Amabile, da Harvard Business School (EUA), fica claro que a motivação é um dos tripés da criatividade, sendo que um desafio maior exigirá mais motivação e por sua vez, mais criatividade.

Como conclusão da obra, fica a mensagem: é preciso amor para realizar as nossas atividades, assim a criatividade surge, dentro de um processo que inclui bom humor e dedicação.

# Vozes da distensão

## Coleção Memórias v. 3

Um dos fenômenos mais trágicos das sociedades pós-modernas é a ausência (ou perda) da memória, seja ela individual ou coletiva. Este livro é uma contribuição da Intercom à memória de um tempo de intenso debate que marcou a distensão e a transição democrática do Brasil. Traz à presença o passado combativo da entidade ao apresentar entrevistas e artigos de personalidades do ambiente acadêmico, artístico e político publicados de 1978 a 1989.



**FAÇA SEU PEDIDO**  
pelo telefone (0xx11) 2574-8477,  
e-mail: [intercom@usp.br](mailto:intercom@usp.br)  
ou acesse a Livraria Virtual da Intercom:  
<http://www.intercom.org.br>