

A relevância do ensino da Inteligência Relacional na formação em Criatividade no advento da IA

The relevance of teaching Relational Intelligence in Creativity education in the advent of AI

La relevancia de la enseñanza de Inteligencia Relacional en la formación en Creatividad en el advenimiento de la IA

Alline Dauroiz¹

Melissa Bravin Setubal²

Resumo

Este artigo investiga a relevância do ensino da Inteligência Relacional na formação em Criatividade, considerando o uso da Inteligência Artificial. A partir de pesquisa bibliográfica e observação participante da disciplina de Inteligência Relacional do curso de pós-graduação em Criatividade & Inovações Ecosistêmicas da ESPM, o estudo examina como a dimensão relacional pode fundamentar processos criativos mediados por IA. Os resultados evidenciam que a formação criativa contemporânea demanda uma abordagem híbrida que priorize a criatividade consciente, centralize a dimensão relacional/emocional, desenvolva o pensamento crítico sobre a IA, mantenha a liderança do processo criativo sob responsabilidade humana e redefina competências para a era da cocriação humano-máquina. Conclui-se que a Inteligência Relacional se configura como competência pedagógica incontornável para navegar criticamente o cenário da criação assistida por IA constituindo o alicerce de uma relação equilibrada e humanamente significativa com as tecnologias no campo criativo.

Palavras-chave: Inteligência relacional; criatividade; inteligência artificial; formação criativa; educação superior.

Abstract

This article investigates the relevance of teaching Relational Intelligence in Creativity education considering the use of Artificial Intelligence. Based on bibliographic research and participant observation of the Relational Intelligence course in ESPM's graduate program in Creativity & Ecosystemic Innovations, the study examines how relational dimensions can ground AI-mediated creative processes. Results demonstrate that contemporary creative education demands a hybrid approach that prioritizes conscious creativity, centralizes the relational/emotional dimension, develops critical thinking about AI, maintains human leadership of the creative process, and redefines competencies for the era of human-machine co-creation. The study concludes that Relational Intelligence constitutes an essential pedagogical competency for critically navigating the AI-assisted creation landscape, forming the foundation for a balanced and humanly meaningful relationship with technologies in the creative field.

Keywords: Relational intelligence; creativity; artificial intelligence; creative education; higher education.

Resumen

Este artículo investiga la relevancia de la enseñanza de la Inteligencia Relacional en la formación en Creatividad en vista del uso de la Inteligencia Artificial. A partir de investigación bibliográfica y observación participante de la asignatura de Inteligencia Relacional del posgrado en Creatividad e Innovaciones Ecosistémicas de ESPM, el estudio examina cómo la dimensión relacional fundamenta procesos creativos mediados por IA. Los resultados evidencian que la formación creativa contemporánea demanda un abordaje híbrido que priorice la creatividad consciente, centralice la dimensión relacional/emocional, desarrolle pensamiento crítico sobre IA, mantenga el liderazgo creativo bajo responsabilidad humana y redefina competencias para la era de la cocreación humano-máquina. Se concluye que la Inteligencia Relacional se configura como competencia pedagógica ineludible para navegar críticamente la creación asistida por IA, constituyendo el fundamento de una relación equilibrada y humanamente significativa con las tecnologías en el campo creativo.

Palabras clave: Inteligencia relacional; creatividad; inteligencia artificial; formación creativa; educación superior.

¹ Alline Dauroiz é Bacharel em Jornalismo pelo FIAM-FAAM Centro Universitário, pós-graduada em Criatividade pela ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing, e professora de pós-graduação da ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing. E-mail: alline.dauroiz@espm.br

² Melissa Setubal é Bacharel em Comunicação Social pela Universidade Federal do Espírito Santo, pós-graduada em Comunicação Corporativa pela Cândido Mendes-ES, em Gestão Responsável para a Sustentabilidade e MBA em Administração pela Fundação Dom Cabral, e professora de pós-graduação da ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing. E-mail: melissa.setubal@espm.br

Introdução

A popularização das Inteligências Artificiais (IAs) e os desafios sem precedentes que essa tecnologia tem apresentado colocam o processo criativo diante de uma nova mudança de paradigma, uma vez que a criatividade é influenciada tanto por elementos individuais — habilidades, conhecimentos e personalidade —, como também culturais e históricos, e surge da interação entre o sujeito e o mundo, sob processos dinâmicos, situados e contextuais (Glăveanu, 2010, como citado em Kotz et al., 2025).

Foi justamente por compreender a necessidade de oferecer formação multidisciplinar orientada aos processos criativos que, desde 2020, a ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing) oferece a pós-graduação lato sensu em Criatividade & Inovações Ecosistêmicas (CRIE!). O curso tem objetivo de desenvolver projetos de impacto criativo positivo e transformação cultural (ESPM, 2025), o que se alinha com uma das grandes necessidades no ensino:

“[...] cultivando pensamento crítico, a educação deve agora preparar estudantes, professores e a comunidade educacional para reimaginar o futuro, tornando-se agentes ativos do desenvolvimento da sociedade. As pedagogias centradas na instrução estão sendo substituídas por outras interdisciplinares e participativas, que focam em desenvolver criatividade, pensamento crítico, tomada de perspectiva social e colaboração, entre outros.” (Valqueresma & Mangion, 2024, p. 79, em tradução livre).

O curso também está de acordo com os novos desafios de uma criatividade mediada por algoritmos (Kotz, et al. 2025) e da disseminação do uso da IA pela população em geral, o que pode gerar mudanças sociais de consequências sem precedentes e incomensuráveis. Isso porque “o questionamento não é somente a aplicação da IA, mas de que forma podemos usá-la para amplificar – e não restringir – a criatividade humana.” (Fernandes, 2024, como citado em Kotz, et al. 2025, p. 292)

Partindo dessas perspectivas, o objetivo deste artigo é observar os pontos de contato entre o impacto da IA na criatividade e a disciplina de Inteligência Relacional, oferecida no referido curso de pós-graduação, para abrir possibilidades dentro da formação em Criatividade e refletir criticamente o uso da IA nos processos criativos.

Método

Pesquisas preliminares bibliográficas e exploratórias foram realizadas com perspectiva qualitativa (Creswell, 2014), como explicitado a seguir:

1) Pesquisa bibliográfica: a partir das coletas anteriores da docente responsável pela disciplina de Inteligência Relacional do referido curso e leitura e fichamento de autores dos campos dos estudos da IA, da criatividade e do comportamento humano.

2) Pesquisa por observação participante para investigação exploratória: acompanhamento de nove turmas (até 2025) da disciplina, já que uma das autoras do artigo é responsável pela criação da disciplina e por ministrar as aulas, com histórico de dados de ensino e aprendizagem coletados que se mostrou útil para a pesquisa.

3) Proposta de novos ângulos de estudos: estabelecimento de algumas bases para determinar se o que foi observado pelas pesquisadoras pode ser explicado por alguma teoria já existente, ou se há necessidade de novo arcabouço teórico.

O impacto da IA na Criatividade

O uso da IA tem feito com que vivamos, ao mesmo tempo, entre a expansão e a atrofia cognitiva (White Rabbit, 2025). Entre seus benefícios comprovados está o seu uso como ferramenta de ampliação da capacidade criativa, mostrando que artistas que exploram ideias e filtram caminhos propostos pela IA se beneficiam (Santaella, 2024). Outras potências positivas da IA foram elencadas por Thomas Frey (2023, como citado em Engelbert, 2024), tais como: geração de novas ideias, colaboração, prototipação mais rápida, ampliação de habilidades, superação de bloqueio criativo, expansão de horizontes artísticos, personalização e interpretação de dados.

Em contrapartida, um dos prejuízos do uso da IA na criatividade vem como ameaça à originalidade, destacada por Doshi e Houser (2024, como citado em Santaella, 2024): a IA promete que os humanos serão mais criativos ao oferecer novas ideias, mas também menos criativos ao se ancorar em ideias estereotipadas que provêm delas. Outro ponto negativo é o fato de as IAs apenas replicarem dados históricos e padrões pré-existentes, sem capacidade de ruptura conceitual, o que acaba por limitar a inovação e a expansão da criatividade. (Kotz, et al. 2025)

A criatividade humana para Engelbert e Hansen (2024, p.94) "[...] está diretamente relacionada ao fator surpresa, quando conseguimos observar um fato novo ou combinar elementos que não estavam sendo previstos.", como também "[...] é a habilidade de produzir ideias ou artefatos que são novos, surpreendentes e valiosos." (Boden, 2004, como citado em Engelbert e Hansen 2024, p.94).

Conceitos esses que nos oferecem referenciais para compreender o que Jan Bieser (2022, como citado em Engelbert e Hansen 2024) resume em cinco pontos cruciais as limitações da IA frente aos processos criativos dos seres humanos: 1) origem da criatividade: a humana nasce de experiências, emoções, pensamentos e capacidade de combinar conhecimento e habilidades de forma única; a da IA se baseia em algoritmos, dados e padrões, o que restringe a criatividade; 2) intencionalidade: a IA não tem consciência dos objetivos por trás do conteúdo produzido; a humana é orientada por propósitos conscientes de obter novidades; 3) conexão emocional: IA não replica genuinamente. 4) originalidade: humanos pensam "fora do esperado"; IA cria a partir de informações estabelecidas, dificultando a inovação. 5) questões éticas.

Pós-Graduação em Criatividade – CRIE!

Enquanto criador, coordenador e professor da CRIE!, Thiago Gringon usa como premissa para o curso o entendimento da criatividade como "a maneira que participamos do mundo", como percebemos os estímulos e desafios ao nosso redor, de que forma os compreendemos nas entrelinhas e, sobretudo, como nos manifestamos diante deles. Assim, criatividade não seria só um ato pontual e, sim, um treinamento contínuo que nos permite responder de maneira cada vez mais competente e inovadora aos estímulos que encontramos (ESPM & Gringon, 2023). O que abrange:

"Os avanços da tecnologia e o crescimento do seu uso na educação têm o potencial de transformar escolas e salas de aula, alavancando pedagogias inovadoras e criando oportunidades de melhorar habilidades de educadores e estudantes, como a criatividade." (Soares et al., 2024 p. 19, em tradução livre).

A inteligência relacional trata da profunda compreensão das dinâmicas relacionais, a partir da autoconsciência, para compreender porque determinadas questões nos afetam e qual é a ressonância emocional por trás delas, da compreensão de dinâmicas latentes nas mais diversas relações, e da identificação do que há por trás da maioria dos impasses relacionais para ter capacidade de escolha de ação (Perel, 2020).

Diante desse conceito, a disciplina de Inteligência Relacional na CRIE! considera que criatividade e emoções estão sempre conectadas. Isso porque, segundo Glăveanu: “a criatividade surge da interação entre o sujeito e o mundo, sob processos dinâmicos, situados e contextuais” (2010, como citado em Kotz, et al. 2025, p. 289). A disciplina também entende que é preciso uma abordagem transformativa na educação para incluir consciência emocional e relacional no currículo, o que eleva o nível de criatividade e prepara as pessoas para lidar com os desafios iminentes de uma realidade complexa. Levando em conta que a criatividade é encontrada na moderação entre as diferentes perspectivas existentes e na capacidade de lidar com elas (Hamer & Ross, 2024, p. 57, em tradução livre),

“a criatividade humana envolve a habilidade de produzir rupturas conceituais, desafiar normas e estabelecer interpretações pessoais da realidade, com base em crenças, emoções, sentimentos e intenções. Trata-se de um conjunto de elementos que a IA não experimenta.” (Kotz, et al. 2025, p. 297).

O desenvolvimento de uma criatividade híbrida

Enquanto a CRIE! e a disciplina Inteligência Relacional se mostram como exemplos relevantes de formação em Criatividade no advento da IA, destacamos que se faz necessário o desenvolvimento de uma criatividade híbrida, com processos de cocriação entre humanos e máquinas. Essa necessidade é corroborada pela abordagem de Glăveanu, que afirma a indispensabilidade da existência de pensamentos e ações humanas para que a criatividade possa emergir:

“Ao substituir a palavra processo por ação, removemos a ênfase exclusiva nos processos internos/cognitivos do indivíduo e começamos a enfatizar que, para que a criatividade surja, é necessário um ciclo entre processos internos e externos. Ou seja, deve existir uma dinâmica entre pensamentos/reflexões e comportamentos/execução.” (Glăveanu, 2013, como citado em Soares et al. 2024, p. 21, em tradução livre).

O que nos convida a uma abordagem regenerativa, para:

1) Priorizar Criatividade Híbrida e Consciente: considerar que os processos de cocriação entre humanos e máquinas são dinâmicos e que se faz necessário garantir que IAs sejam usadas para ampliar a criatividade. Isso porque, mesmo que elas possam simular criatividade, não conseguem ser a criatividade humana (Kotz, et al. 2025).

2) Centralizar a Dimensão Relacional/Emocional: levar em conta que colaboração significativa e diálogo autêntico são habilidades fundamentais para qualquer processo criativo, incluindo os que utilizam IA, o que indica que a Inteligência Relacional deve ser ampliada como base para todo o currículo das formações em Criatividade, e não só em uma disciplina, como está ressaltado em Hamer & Ross:

“De uma perspectiva relacional, o conhecimento sobre o que é racional, verdadeiro e ético ocorre dentro e por meio das relações, e é derivada de uma experiência humana, da interconexão e dos relacionamentos interpessoais. [...] Colocar a gentileza e a inteligência emocional no centro da aprendizagem resultará em alunos emocionalmente resilientes, pensadores criativos, capazes de contribuir para uma sociedade mais conectada e compassiva.” (Hamer & Ross, 2024, p. 64-65, em tradução livre).

3) Desenvolver Pensamento Crítico sobre IA considerando a Cultura Regenerativa: ter como referência nas tomadas de decisão sobre o uso da IA o processo de reconstrução ou renovação do Bem Comum para: proteger (salvar, conservar, evitar o colapso ou a extinção); reparar (restaurar ou

reparar os danos da economia extrativa); investir (dedicar recursos para melhorar, criar e nutrir novas capacidades, habilidades e competências); transformar (encorajar, prosperar, transformar as relações e estruturas, baseadas em respeito, equidade e justiça) e aprender. Tudo isso, levando em conta cinco mundos interligados e interdependentes: indivíduo, comunidade, trabalho, nação e Planeta (The Regenerative Marketing Institute, 2025).

Considerações Finais

Por mais que IAs ainda não sejam soluções ideais para produzir realmente inovações, elas podem nos auxiliar com o processo criativo ajudando a produzir insumos para conexões e transformações que geram ideias e otimizam a análise de informações. Assim, é pelo uso combinado de ferramentas que se forma um profissional híbrido, com percepção crítica e capacidade de lidar com IAs, pois se faz valer do filtro de sociedade e cultura que IAs não possuem para expandir resultados (Engelbert 2024).

A formação em Criatividade no Ensino Superior no advento da IA se configura, portanto, como um reposicionamento estratégico e pedagógico que coloca a dimensão humana no centro do processo criativo. E a Inteligência Relacional emerge como alicerce sobre o qual se constrói uma relação equilibrada, consciente e humanamente significativa com IAs no campo da criatividade. Destacamos a ideia de Glăveanu que a educação auxilia no processo de desenvolvimento dos “eus possíveis”:

“As pedagogias do possível (Glăveanu, 2020a) buscam não apenas cultivar uma crença individual e coletiva na mudança positiva, mas também nutrir valores que serão essenciais para enfrentar os complexos desafios dos nossos tempos. Em suma, essas pedagogias empoderam estudantes a se tornarem não apenas aprendizes, mas participantes ativos no processo de moldar um futuro melhor para si mesmos e para o planeta.” (Valqueresma & Mangion, 2024, p. 85, em tradução livre).

Lacunas de pesquisa

Diante da extensão limitada deste artigo e mesmo com os avanços teóricos apresentados, identificamos lacunas que demandam investigação futura, uma vez que o impacto a longo prazo da utilização da IA na criatividade ainda não pode ser mapeado. Verifica-se também a ausência de *frameworks* avaliativos robustos. Por fim, permanece insuficientemente compreendido como preservar e cultivar Inteligência Relacional em ecossistemas educacionais e criativos cada vez mais mediados por interfaces virtuais e algorítmicas. Fica exposta a necessidade de mais pesquisas transdisciplinares que articulem pedagogia, estudos da criatividade, ética e epistemologia das relações humano-máquina no contexto da formação em Criatividade.

Referências

- Creswell, J. W. (2014). *Investigação Qualitativa e Projeto de Pesquisa: Escolhendo entre Cinco Abordagens*. In *Passei Direto* (3rd ed.). Penso.
- Engelbert, R. (2024). Inteligência Artificial no Trabalho Criativo: protagonista ou coadjuvante do processo? *Revista Geminis*, 15(1), 88–114.
- Engelbert, R., & Hansen, F. (2024). Inteligência Artificial no trabalho criativo: protagonista ou coadjuvante do processo? *Revista Geminis*, 15(1), 88–114.

- ESPM. (2025). *Pós-Graduação em Criatividade & Inovações Ecológicas*. ESPM. <https://www.espm.br/cursos/pos-graduacao/especializacao/pos-graduacao-em-criatividade-e-inovacoes-ecossistemicas-sao-paulo>
- ESPM & Grignon, T. (2023). *O que é criatividade?* YouTube. <https://youtu.be/dQwSTV841eo?si=jla2hlZQlgn4Qc1k>
- Hamer, L., & Ross, W. (2024). Forms of Knowing: Emotion, Creativity and Play in Learning. In A., Valqueresma, L. D. de Paula, & T. K. Rodney (Eds.), *Creativity and Learning: Navigating Transformative Perspectives for Complex and Contemporary Environments – Palgrave Studies in Creativity and Culture* (pp. 45–74). Palgrave Macmillan.
- Kotz, S. C. R., Sobrinho, A. B. F., & Santos, R. V. (2025). Inteligência Artificial e Criatividade Humana: entre reflexo e reflexão. *Dedica – Revista de Educação e Humanidades*, 23, 283–303.
- Perel, E. (2020, January 2). *The Power of Relational Intelligence*. Creative Mornings HQ. <https://www.youtube.com/watch?v=ObtmLBOfIRM>
- Santaella, L. (2024). A criatividade nos prismas da Inteligência Artificial Generativa. *Tríade: Comunicação, Cultura E Arte*, 12(25), 1–21.
- Soares, M. N., Pontes, A., Lima, M., Moreira, S., Machado, F., Ferreira, J., Azevedo, H., & Coelho, V. (2024). Creative Education and Psychology: Connecting Minds and Technologies for Educational Success. In A. Valqueresma, L. D. de Paula, & T. K. Rodney (Eds.), *Creativity and Learning: Navigating Transformative Perspectives for Complex and Contemporary Environments – Palgrave Studies in Creativity and Culture* (pp. 15–43). Palgrave Macmillan.
- The Regenerative Marketing Institute. (2025). *Action!* Regenmarketing.org. <https://regenmarketing.org/action/>
- Valqueresma, A., & Mangion, M. (2024). Getting Ready for the Post-Anthropocene: Hopeful Possibilities? In Valqueresma, A., Paula, L. D. de , & Rodney , T. K. (Ed.), *Creativity and Learning: Navigating Transformative Perspectives for Complex and Contemporary Environments – Palgrave Studies in Creativity and Culture*. Palgrave Macmillan.
- White Rabbit. (2025). *Soberania Cognitiva na era da IA*. Soberania Cognitiva Na Era Da IA. <https://soberaniacognitiva.com.br/>