

Panorama do Ensino de Criatividade e Inovação no Brasil

Overview of Teaching Creativity and Innovation in Brazil

Larissa A. Alexandrino de Azevedo **Porto**¹

Solange Muglia **Wechsler**²

Resumo

A criatividade e a inovação têm sido consideradas competências fundamentais para o século XXI. Sendo assim, objetivo deste estudo foi identificar instituições de ensino que oferecem Cursos de Especialização sobre criatividade e inovação no Brasil. Foi realizada uma busca com as palavras-chaves "criatividade", "inovação" e "criatividade e inovação" no site do Ministério da Educação e Cultura, resultando em 274 cursos analisados. Observou-se aumento na oferta de cursos sobre Inovação a partir do ano de 2010, sendo as regiões Sudeste e Sul os locais com mais cursos ofertados. Aproximadamente 76,6% dos cursos encontram-se ativos, sendo a maioria na modalidade de ensino presencial (83,21%) e de instituições de ensino privadas, concentrados na área de Ciências sociais, negócios e direito. Conclui-se um aumento no interesse por cursos na temática nos últimos anos e maior oferta das Instituições de Ensino de cursos voltado à inovação em detrimento aos de criatividade no Brasil.

Palavras-chave: criatividade; inovação; pós-graduação.

Abstract

Creativity and innovation have been considered fundamental skills for the 21st century. Thus, the objective of this study was to identify educational institutions that offer Postgraduate Courses on Creativity and Innovation in Brazil. A search was performed with the keywords "creativity", "innovation" and "creativity and innovation" website of the Ministry of Education and Culture, resulting in 274 courses analyzed. There was an increase in the offer of courses on Innovation from 2010, with the Southeast and South regions being the places with the most courses offered. Approximately 76.6% of the courses are active, most of them by attendance (83.21%) and from private educational institutions, concentrated in the Social sciences, business and law area. There has been an increase in interest in courses in the theme in recent years and greater offer of teaching institutions for courses focused on innovation to the detriment of creativity in Brazil.

Keywords: creativity; innovation; postgraduate studies.

Resumen

La creatividad y la innovación se han considerado habilidades fundamentales para el siglo XXI. El objetivo de este estudio fue identificar las instituciones educativas que ofrecen cursos de especialización en creatividad e innovación en Brasil. Se realizó una búsqueda con las palabras clave "creatividad", "innovación" y "creatividad e innovación" en el sitio web del Ministerio de Educación, lo que resultó en 274 cursos analizados. Hubo un aumento en la oferta de cursos sobre Innovación a partir de 2010, principalmente en las regiones del Sudeste del Sur. Aproximadamente el 76,6% de los cursos son activos, más en educación en el lugar (83,21%) y de instituciones educativas privadas, concentrados en las áreas de ciencias sociales, negocios y derecho. Hubo un aumento en el interés por los cursos sobre el tema en los últimos años y una mayor oferta para cursos centrados en la innovación en detrimento de la creatividad en Brasil.

Palabras clave: creatividad; innovación; posgraduación.

¹ Psicóloga, Mestranda em Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUC-Campinas, Brasil. E-mail: larissa.alexandrino.porto@gmail.com

² Psicóloga, Mestrado e Doutorado pela University of Georgia (EUA) e pós-doutorado pelo Torrance Center of Creative Studies. Professora titular do Programa de Pós Graduação da Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUC-Campinas, Brasil. E-mail: wechsler@lexa.com.br

Introdução

A criatividade e a inovação são consideradas habilidades fundamentais para o século XXI, dadas suas contribuições para o desenvolvimento do potencial humano (Nakano & Wechsler, 2018). A criatividade tem sido valorizada na sociedade atual por diversas profissões, em todas as áreas do conhecimento (Pfeiffer & Wechsler, 2013). Por sua vez, inúmeros profissionais utilizam o termo inovação para referirem-se a algo novo, que permite a sobrevivência e competitividade no mundo globalizado (Wechsler & Nakano, 2018). Sendo assim, os cursos de especialização têm se apresentado como possibilidade de desenvolvimento destas características.

Existe uma discordância em relação a compreensão dos conceitos de criatividade e inovação, visto que, por vezes, são entendidos como sinônimos, como discordantes ou complementares (Wechsler & Nakano, 2018). Considerando o exposto, é necessário definir os construtos citados, bem como discorrer sobre a configuração dos cursos de especialização no Brasil.

A criatividade pode ser conceitualizada como um fenômeno complexo e multifacetado (Wechsler, 2008), sendo considerada fundamental na resolução de problemas e no fomento do desenvolvimento sustentável, seja no âmbito pessoal, organizacional ou social (Said-Metwaly, Noortgate, & Kyndt, 2017). Contudo, ainda há uma concepção de que a criatividade está relacionada apenas à temática artística (Beker et al., 2010). Embora ainda exista esta visão pouco científica da criatividade (Alencar & Fleith, 2010) é importante ressaltar sua aplicação técnica, visto que a criatividade está intrinsecamente relacionada ao conhecimento científico (Rodríguez, Pérez, Núñez, Baños, & Carrió, 2019).

Dada sua característica multidimensional, a criatividade pode ser estudada sob diferentes perspectivas. Sendo assim, a criatividade será abordada de acordo com as áreas de maior enfoque na literatura (Nakano & Wechsler, 2012, Rhodes, 1961), sendo estas: o ambiente criativo, a pessoa criativa, o processo criativo e o produto criativo

Pode-se compreender que o ambiente criativo é aquele no qual a criatividade está inserida (Jordanous, 2016). Garcês, Pocinho, Jesus e Viseu (2016) relatam que estudos sobre o ambiente criativo podem focar o lugar onde o produto criativo é produzido ou onde ocorre o processo criativo, envolvendo uma série de fatores individuais e contextuais, como a cultura. A família, a escola e o trabalho são exemplos dos diversos ambientes que podem influenciar no desenvolvimento ou inibição da criatividade (Oliveira, 2010). Sendo assim, o ambiente escolar surge como um dos principais contextos para a promoção ou bloqueio do potencial criativo, sendo fundamental o fomento da criatividade no processo de ensino-aprendizagem desde o Ensino Fundamental (Alencar, Fleith, Burochovitch, & Borges, 2015), até o Ensino Superior (Lima & Alencar, 2014).

Quanto a pessoa criativa, objetiva-se identificar os fatores relacionados à expressão da criatividade. Wechsler (2009) sintetizou alguns atributos da pessoa criativa, sendo estes a flexibilidade cognitiva, persistência, iniciativa, humor, atração pela novidade, entre outros. Feist (1998) ao analisar traços de personalidade de artistas e cientistas criativos, identificou tanto diferenças quanto similaridades entre os grupos. Os artistas criativos tendem a ser mais ansiosos e impulsivos, apresentando uma labilidade emocional, enquanto os cientistas tendem a ser mais conscienciosos. Entre os traços em

comum, aparece a abertura a experiências, flexibilidade, imaginação, bem como introversão, agressividade e independência. O autor apresenta assim uma visão ampla da personalidade criativa, não apenas focada em aspectos positivos, mas também abrangendo aspectos patológicos da mesma.

Na discussão entre contexto e traços de personalidade, Csikszentmihalyi (1999, 2006) apresenta uma visão integradora, na qual o desenvolvimento da criatividade depende tanto de características pessoais (características intrínsecas), quanto do ambiente (características extrínsecas). Sendo assim, nessa perspectiva, a criatividade é resultado da interação de aspectos individuais e do contexto sociocultural, configurando-se em um processo sistêmico.

O processo criativo, por sua vez, engloba o esforço mental exigido para que se encontre uma solução criativa para um determinado problema que fora anteriormente identificado (Wechsler, 2008). De acordo com Lubart (2001) o processo criativo é uma sequência de pensamentos e ações que conduz à novidade. Botella, Zenasni e Lubart (2018) apresentam alguns estágios do processo criativo, iniciando pela seleção de problemas que está relacionado à identificação do problema. Posteriormente, a fase de preparação recolhe informações necessárias a fim de compreender o problema e é sucedida pela incubação, estágio no qual o indivíduo não concentra sua atenção ao problema, e a associação de ideias ocorre a nível subconsciente, voltando a ser consciente na fase de ideação. É durante o período de ideação que ocorre o insight., que é aquele momento do processo criativo no qual surge uma ideia (Miceli, Scopelliti, & Raimondo, 2020). Por fim, o estágio de seleção oferece a possibilidade de escolher, entre

diversas opções, a ideia mais relevante conduzindo ao estágio de verificação, onde esta ideia será testada.

Por último, o produto criativo é a objetificação da criatividade, sendo este o mais relacionado a inovação. O produto é considerado criativo quando atende os critérios de novidade e utilidade (Cropley, 2019; Kleinmintz, Ivancovsky, & Shamay-tsoory, 2019). Ademais, de acordo com Cropley e Cropley (2009) o produto criativo deve ainda ser considerado algo relevante e efetivo para a sociedade.

A inovação, por sua vez, refere-se ao desenvolvimento de um novo produto ou prática de novas ideias que visem beneficiar algo ou alguém (Bledow, Frese, Anderson, Erez, & Farr, 2009). O termo está relacionado a inserção, implementação ou desenvolvimento de um elemento novo e útil para a sociedade (Nakano & Wechsler, 2018). Sendo assim, a inovação está ligada na transformação ou desenvolvimento de algo que possa ter valor comercial, e que apresente impactos sociais ou financeiros (Wechsler & Nakano, 2018).

De acordo com a Organization for Economic and Cooperation and Human Development (OECD, 2016), a inovação pode ser compreendida em quatro categorias diferentes, sendo estas: a inovação de produto, a inovação de processos, a inovação organizacional e, a inovação em vendas. A inovação de produto é caracterizada pela aplicação de um serviço ou ideia cuja efetividade está relacionada à sua funcionalidade. A inovação de processo é o desenvolvimento de novos métodos de produção. A inovação organizacional, por sua vez, é caracterizada por novos tipos de administrar organizações. Por fim, a inovação de marketing refere-se a novos meios usados no desenvolvimento e promoção de produtos (Nakano & Wechsler, 2018)

No Brasil existe uma Lei Federal que visa assegurar o desenvolvimento de medidas que incentivem a inovação em território nacional. A Lei nº 13.243/2016 discorre sobre incentivos a inovação e à pesquisa tecnológica e altera a Lei nº 10.973/2004 que foi a pioneira a tratar sobre o tema. A legislação propõe a promoção e continuidade de atividades científicas e tecnológicas, por meio de parceria entre setores públicos e privados a fim de fomentar o desenvolvimento tecnológico e de inovação no contexto econômico e social. Contudo, no que se refere ao estudo da inovação, não existem muitos centros sobre a temática no Brasil, e os principais centros estão concentrados nas regiões Sul e Sudeste do país (Valentim, 2008).

Como apresentado anteriormente, durante muito tempo os termos criatividade e inovação foram considerados como sinônimos. Contudo, esta visão tem sido modificada a partir da ideia de que a criatividade por si não é geradora de inovação. Nesta nova concepção, a criatividade é considerada como a potencialidade e a inovação a sua expressão em contextos sociais (Ribeiro & Moraes, 2014). Embora os conceitos possam ser considerados de maneira sobreposta, Chibás, Pantaleón e Rocha (2013), evidenciam a diferença quando aplicados em termos de gestão, uma vez que a gestão da inovação está voltada para resultados esperados de uma equipe ou organização, enquanto a gestão da criatividade está relacionada a aspectos subjetivos, como o processo de criação de uma ideia.

A respeito das diferenças apresentadas, a criatividade e inovação como constructos distintos estariam relacionadas a praticidade. Para a inovação é necessário colocar em prática a ideia dentro de um contexto por meio de um produto ou serviço. Em contrapartida, a criatividade não exige da sua aplicação prática, e sim a criação

de novas ideias. Outra diferença seria que a inovação não exige que a ideia seja original, mas que tenha seu impacto no contexto ou nas pessoas envolvidas (Mundim & Wechsler, 2017; Nakano & Wechsler, 2018).

A visão mais aceita sobre os constructos é de uma complementariedade, Nakano e Wechsler (2018) apresentam duas etapas: a fase de criatividade, ou seja, geração de novas ideias, e a fase de implementação. Nesta visão, a criatividade é necessária para inovação, por meio de um processo criativo é possível gerar algo novo e útil para a sociedade. Portanto, a inovação pode ser considerada como resultado de um processo criativo (Joo, McLean & Yang, 2013).

Visto que a criatividade e inovação são consideradas competências necessárias para o século XXI, tal fato requer uma preparação do indivíduo, tanto na área educacional, quanto na área profissional. Dessa forma, há uma exigência de modelos educacionais e formativos que atendam a esta demanda (Candeias, Rebelo, Silva, & Mendes, 2011). A importância de um ensino que privilegie a criatividade é relevante desde o Ensino Fundamental, embora seja amplamente subestimado (Wechsler, 2008). Tal problema persiste nos cursos de graduação, visto que a criatividade no processo de ensino-aprendizagem continua sendo negligenciada em detrimento de um pensamento racional (Jackson, 2006).

Neste cenário, a pós-graduação apresenta-se como uma opção para quem busca especialização em virtude de uma graduação que não atende as necessidades atuais, dado o ensino compartimentado, mecânico e tradicional (Oliveira & Alencar, 2014). O modelo de Educação à Distância (EAD) aparece nesse cenário como uma prática inovadora, proporcionando

maior acesso à educação por meio de recursos tecnológicos (Cazarini, Oliveira Neto, Oliveira, & Tioziotto, 2012). Henderson (2006) caracteriza a pós-graduação como um ambiente que integra a criatividade humana, tecnologia e as necessidades do mercado consumidor. Sendo assim, a pós-graduação é uma opção para a qualificação profissional e resposta às exigências da sociedade (Costa et al., 2014).

Embora existam estudos acerca da criatividade no Ensino Fundamental (Alencar, Fleith, Burochovitch, & Borges, 2015; Fleith, 2017; Nakano & Castro, 2013), Ensino Médio (Almeida & Alencar, 2010; Nakano & Wechsler, 2006) e Ensino Superior (Batista & Nascimento, 2015; Morais & Almeida, 2016; Wechsler, 2001), poucas pesquisas são realizadas a nível de pós-graduação. Em pesquisa realizada por Zanella e Titon (2005) com o objetivo de identificar a produção sobre a temática da criatividade em cursos de pós-graduação, constatou que há uma concentração de estudos na região Sudeste e Centro-Oeste do Brasil. Considerando que a criatividade e a inovação são habilidades fundamentais para o século XXI, e a pouca existência de estudos sobre a temática em cursos de pós-graduação, o objetivo deste estudo foi mapear os cursos de pós-graduação relacionados a criatividade e inovação no Brasil.

Método

Material

Foi realizada uma busca textual a partir das palavras-chaves "criatividade", "inovação" e "criatividade e inovação", no Cadastro Nacional de Cursos e Instituições de Ensino Superior do site do Ministério da Educação e Cultura (www.emec.mec.gov.br), na área de cursos de pós-graduação. Foi

encontrado um total de 294 cursos de pós-graduação lato sensu, visto que não houve resultados na modalidade stricto sensu. Optou-se por trabalhar apenas com cursos de especialização, visto que os resultados decorrentes para cursos de graduação foram insuficientes para análise.

Procedimentos

Após o levantamento no Cadastro Nacional de Cursos e Instituições de Ensino Superior, utilizando a consulta textual dos cursos de especialização, os resultados foram avaliados conforme os critérios: Áreas do conhecimento, nível (lato ou stricto sensu), modalidade, Estado, tipo de instituição, ano de início de oferta e situação atual do curso. Os critérios de exclusão contemplavam duplicidade e cursos descredenciados pelo MEC.

Resultados

Um total de 294 cursos foram identificados, sendo 23 sobre Criatividade, 264 sobre Inovação e sete sobre Criatividade e inovação. Foram excluídos por duplicidades 14 cursos e outros seis cursos por descredenciamento realizado pelo MEC no mês de maio de 2018, totalizando 20 cursos removidos. Portanto, 274 cursos foram objeto deste estudo, a saber: 15 sobre Criatividade, 252 sobre Inovação e sete sobre Criatividade e Inovação. Ressalta-se que não houve resultado na busca por cursos stricto sensu, sendo assim, somente os cursos *lato sensu* foram analisados.

A partir do levantamento apresentado, os resultados foram classificados nas seguintes categorias: estados brasileiros onde estes cursos são ofertados, ano de início de oferta do curso, áreas do conhecimento, situação atual do curso, modalidade e tipo de instituição. A Tabela 1 exibe a distribuição

dos cursos de acordo com os estados brasileiros. Cabe ressaltar que, por vezes,

um mesmo curso era ofertado em mais de um estado.

Tabela 1

Estados em que os cursos são oferecidos

Estado	Cursos criatividade		Cursos Inovação		Cursos criatividade e inovação	
	f	%	f	%	f	%
Acre	0		1	0,34	0	
Alagoas	0		1	0,34	0	
Amapá	0		1	0,34	0	
Amazonas	0		5	1,68	0	
Bahia	0		11	3,69	0	
Ceará	1	5,0	7	2,35	0	
Distrito Federal	0		7	2,35	0	
Espírito Santo	1	5,0	19	6,38	0	
Goiás	0		11	3,69	0	
Maranhão	0		4	1,34	0	
Mato Grosso	0		4	1,34	1	14,29
Mato Grosso do Sul	0		4	1,34	0	
Minas Gerais	0		18	6,04	0	
Pará	0		3	1,0	1	14,29
Paraíba	1	5,0	4	1,34	0	
Paraná	4	20,0	33	11,06	2	28,57
Pernambuco	1	5,0	10	3,36	0	
Piauí	1	5,0	2	0,67	0	
Rio de Janeiro	0		19	6,38	0	
Rio Grande do Norte	2	10,0	1	0,34	0	
Rio Grande do Sul	0		32	10,74	1	14,29
Rondônia	0		3	1,0	0	
Roraima	0		1	0,34	0	
Santa Catarina	1	5,0	18	6,04	0	
São Paulo	7	35,0	71	23,83	2	28,57
Sergipe	1	5,0	5	1,68	0	
Tocantins	0	-	3	1	0	
Total	20	100	298	100	7	100

Pode-se perceber na Tabela 1 que os estados de São Paulo e do Paraná oferecem mais cursos de criatividade, os estados de São Paulo, do Paraná e do Rio Grande do Sul foram os estados que mais ofereceram cursos de inovação. No entanto, não houve destaque para os cursos de criatividade e inovação. Salienta-se que na categoria criatividade dois cursos são oferecidos em mais de um estado, e na categoria inovação são 10 cursos oferecidos em mais de um estado.

As áreas de interesse que concentram os cursos direcionados à criatividade e inovação reconhecidos pelo MEC consistem em "Ciências sociais,

negócios e direito", que são cursos direcionados à gestão e empreendedorismo; "Educação" que são relacionados à gestão educacional e práticas pedagógicas; "Engenharia, produção e construção" voltados à inovação de processos e produtos; "Humanidades e artes" que são focados em design e criação; "Ciências, matemática e construção" direcionados à inovação digital e em tecnologias; "Saúde e bem-estar social" que são cursos dirigidos à saúde e estética; "Serviços" que abrangem cursos relacionados à inovação de design de serviços; e "Agricultura e veterinária" que

estão voltados à inovação social e na indústria de alimentos. A Tabela 2 exibe a distribuição de cursos por áreas de

conhecimento de acordo com a classificação do MEC.

Tabela 2

Distribuição dos cursos por área de interesse

Área	Criatividade		Inovação		Criatividade e inovação	
	f	%	f	%	f	%
Agricultura e veterinária	0	0	02	0,79	0	0
Ciências sociais, negócios e direito	08	53,33	172	68,25	05	71,40
Ciências, matemática e computação	00	0	11	4,37	0	0
Educação	05	33,33	18	7,14	0	0
Engenharia, produção e construção	0	0	23	9,13	0	0
Humanidades e artes	02	13,33	18	7,14	02	28,60
Saúde e bem-estar social	0	0	05	1,98	0	0
Serviços	0	0	03	1,19	0	0
Total	15	100	252	100	07	100

Pode-se observar que a área com mais cursos ofertados em todas as categorias é “Ciências sociais, negócios e direito”. Na categoria criatividade há ainda a oferta na área da “Educação”, seguida pela área de “Humanidades e artes”. Na categoria criatividade e

inovação, além da área de “Ciências sociais, negócios e direito”, existem cursos na área de “Humanidades e artes”. O seguinte dado a ser analisado foi o ano de início de oferta dos cursos de pós-graduação. Os resultados são exibidos na Figura 1.

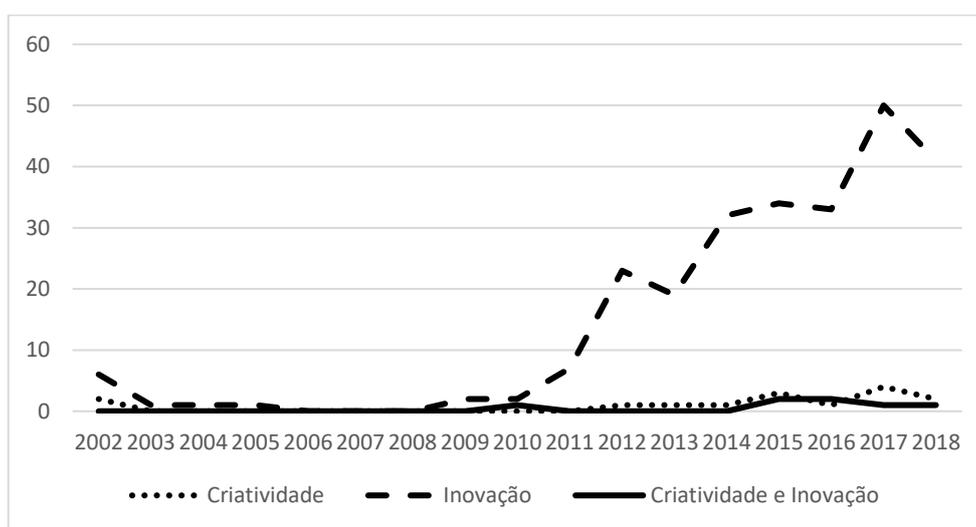


Figura 1. Ano de início de oferta de cursos

Em concordância com a Figura 1, observa-se uma lacuna entre os anos de 2006 e 2008 em todas as áreas e um aumento na oferta de cursos na área da

inovação, sendo o pico no ano de 2017, com 50 novos cursos lançados pelas Instituições de Ensino. Posteriormente, a Figura 2 apresenta a situação dos cursos

de especialização em criatividade e inovação.

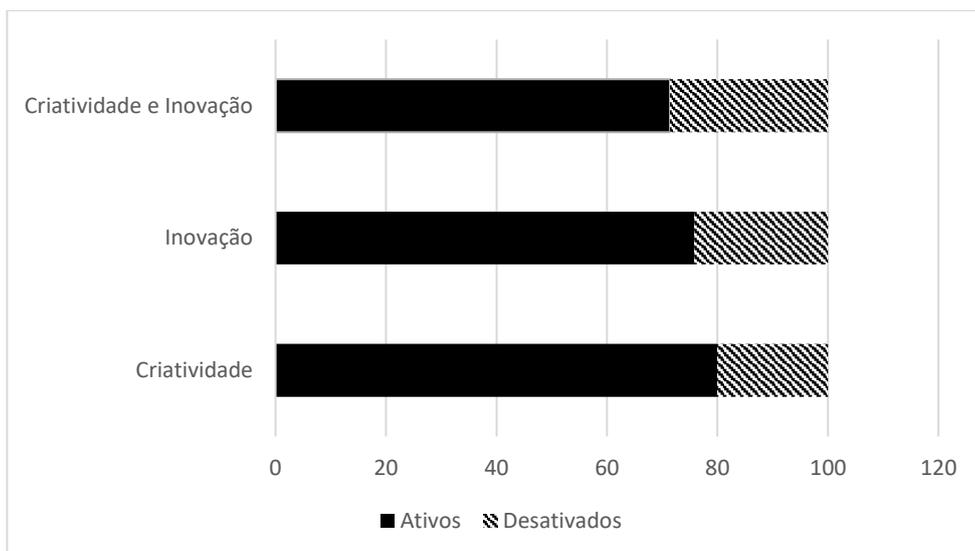


Figura 2. Situação dos cursos de especialização em criatividade e inovação no Brasil.

Como relatado anteriormente, os cursos descredenciados pelo MEC foram excluídos da análise, portanto, os cursos credenciados foram classificados em ativos ou desativados. De acordo com a Figura 2, pode-se concluir que 76,6%

estão em atividade, enquanto 23,4% encontra-se desativados. Quanto a modalidade de oferta, os cursos foram categorizados em presencial ou à distância, como ilustra a Figura 3.

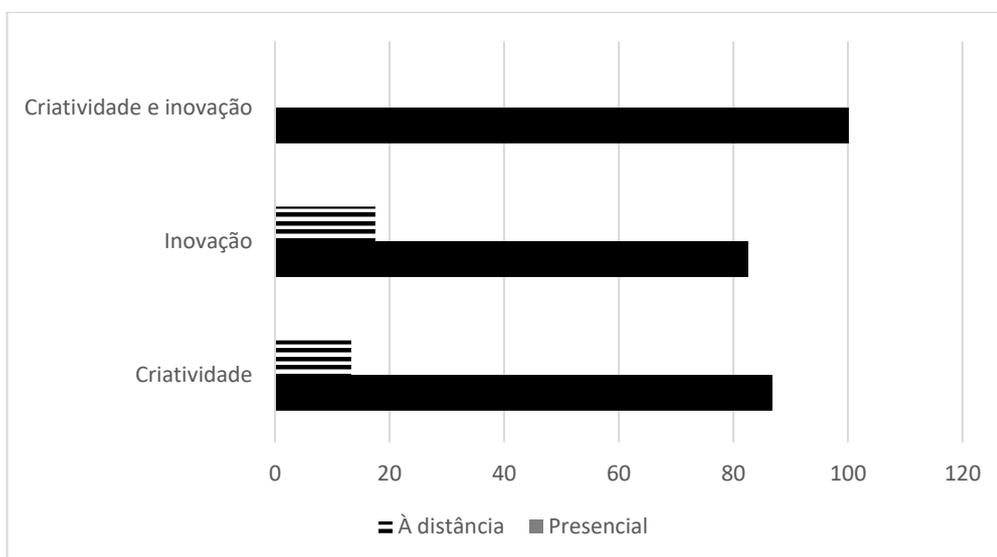


Figura 3. Modalidade dos cursos de criatividade e inovação no Brasil.

Pode-se observar pela Figura 3 que a modalidade presencial é a mais utilizada pelas Instituições de Ensino, sendo que todos os cursos de criatividade e inovação são oferecidos

presencialmente. A última categoria analisada referiu-se ao tipo de Instituição de Ensino nas quais os cursos são ofertados. A Tabela 3 apresenta os resultados.

Tabela 3

Distribuição dos cursos por tipo de Instituição de Ensino

Instituição	Criatividade		Inovação		Criatividade e inovação	
	f	%	F	%	f	%
Privada	15	100	223	88,49	07	100
Pública	0	0	29	11,51	0	0
Total	15	100	252	100	07	100

A Tabela 3 mostra a distribuição de cursos de especialização nas áreas de criatividade, inovação e criatividade e inovação por tipos de Instituição de Ensino. Destaca-se o fato de as Instituições de Ensino privadas possuírem a totalidade dos cursos de criatividade e criatividade e inovação, e 88,49% dos cursos voltados a inovação.

Discussão

O presente estudo teve por escopo identificar os cursos de pós-graduação voltados à criatividade e inovação no Brasil. Para tanto, foi utilizado o Cadastro Nacional de Cursos e Instituições de Ensino Superior do MEC, que está disponível no site www.emec.mec.gov.br. É sabido que o ensino da criatividade no país tem despertado a atenção de pesquisadores no Ensino Fundamental (Alencar, Fleith, Burochovitch, & Borges, 2015; Fleith, 2017; Nakano & Castro, 2013), Médio (Almeida & Alencar, 2010; Nakano & Wechsler, 2006) e Superior (Batista & Nascimento, 2015; Morais & Almeida, 2016). Entretanto, são escassos os estudos dirigidos à pós-graduação (Oliveira & Alencar, 2014). Sendo assim, esta pesquisa teve o propósito de somar aos estudos realizados para ampliar o panorama nacional sobre a temática.

Como mencionado, criatividade e inovação têm sido consideradas como as competências do século XXI (Nakano & Wechsler, 2018). Frente a esta nova demanda, há a necessidade de práticas educacionais e formativas para os

profissionais que objetivam permanecer no mercado de trabalho (Candeias et al., 2011). A pós-graduação aparece como uma possibilidade de suprir as lacunas ao longo do processo de formação do indivíduo, atendendo as demandas sociais e de qualificação profissional (Costa et al., 2014). Todavia, salienta-se que a promoção de um ensino que vise o desenvolvimento do potencial criativo deveria contemplar toda a vida acadêmica do indivíduo, a começar pelo Ensino Fundamental (Alencar, Fleith, Burochovitch, & Borges, 2015).

De acordo com o levantamento realizado, há 274 cursos de pós-graduação lato sensu nas áreas de criatividade e inovação. Entretanto, é preciso considerar que, muito além de abordarem as temáticas apresentadas, é necessário que tais cursos privilegiem o ensino criativo no processo de ensino-aprendizagem. Lima e Alencar (2014) ao investigarem uso de práticas pedagógicas promotoras da expressão da criatividade em cursos de pós-graduação na área da Educação, identificaram que tais práticas são muito limitadas, necessitando assim, fomentar uma cultura universitária que viabilize a expressão da criatividade.

A presença de mais cursos voltados à inovação em comparação do número de cursos sobre criatividade ou criatividade e inovação, pode estar relacionado com o fato de a criatividade ainda ser considerada um tema pouco científico (Alencar & Fleith, 2010; Oliveira & Alencar, 2014). Embora, não se pode ignorar a existência de uma aplicação

científica do conceito (Rodríguez et al., 2019). Contudo, em estudo realizado por Becker et al., (2001) que objetivava identificar a concepção de alunos de ensino superior sobre criatividade, constatou-se que os estudantes a relacionavam a temas como criação, imaginação, desenho, arte e pintura, corroborando com a associação da criatividade a questões artísticas. Sendo assim, o termo inovação é preferido por muitos, uma vez que ao considerar a criatividade a partir de um estado de liberdade e imaginação no qual não há necessidade de implantação da ideia, a criatividade deixa de ser relevante para um fim comercial (Wechsler & Nakano, 2018).

De acordo com Valentim (2008) os principais centros de estudo da inovação do Brasil estão concentrados na região Sul e Sudeste. Seguindo essa tendência, grande parte dos cursos ofertados na área de criatividade e inovação estão localizados nas mesmas regiões. Este dado contrapõe aos achados do estudo de Zanella e Titon (2005), que identificaram uma concentração de trabalhos científicos sobre criatividade nas regiões Sudeste e Centro-Oeste. O problema da concentração dos cursos nas regiões Sudeste e Sul poderia ser sanado com o incentivo de possibilidades de ensino não tradicionais, como a Educação à Distância (EAD). De acordo com os dados, 80% dos cursos são ofertados na modalidade presencial, dificultando o acesso de indivíduos residentes em outras regiões do país. A Educação à Distância é considerada como uma prática inovadora, visto que utiliza de recursos tecnológicos para viabilizar o processo de ensino-aprendizagem (Cazarini et al., 2012) e poderia suprir a falta de oferta dos cursos em outras regiões do país.

A área de "Ciências sociais, negócios e direito", destaca-se por concentrar a maioria cursos disponíveis,

sendo um segmento que aborda cursos relacionados à gestão e empreendedorismo. A inovação tem sido atrelada a necessidade de desenvolver novas formas de sobrevivência para enfrentar a competitividade em um mundo cada vez mais globalizado (Wechsler & Nakano, 2018). Sendo assim, infere-se que a procura por esta área está relacionada a formação profissional mais empreendedora.

Foi observado a partir do ano de 2017 um aumento no número de oferta de cursos. Isso pode estar relacionado a promulgação da Lei nº 13.243/2016 que têm como escopo a promoção da inovação tecnológica no país. Contudo, destaca-se o fato das Instituições de Ensino privadas possuírem a totalidade dos cursos de criatividade e inovação, e 88,49% dos cursos voltados a inovação. Atualmente, 76,6% dos cursos ofertados pelas Instituições de Ensino estão em atividade. Tal dado corrobora o aumento da procura por qualificação profissional, sendo a pós-graduação um meio para suprir as demandas do mercado e as lacunas da formação (Costa et al., 2014).

Esta pesquisa permitiu conhecer o cenário dos cursos de criatividade e inovação ofertados na pós-graduação lato sensu no Brasil. Foi possível verificar um maior interesse por parte das Instituições de Ensino na oferta de cursos voltados à inovação, inferindo a influência relacionada a Lei nº 13.243/2016 que visa assegurar o desenvolvimento de medidas que incentivem a inovação no Brasil. Além do mais, existe ainda a preferência pelo uso do termo inovação, visto que ainda relacionam erroneamente a criatividade apenas à atividades artísticas.

Dada a relevância da criatividade e da inovação, consideradas competências do século XXI, faz-se necessários investimentos e valorização das mesmas não apenas em

cursos de pós-graduação, e sim, desde o início da educação básica. Esta ação contribuirá com a formação de cidadãos criativos, capazes de refletir novos pensamentos, contribuindo para o avanço do conhecimento e produção de novas ideias para ajudar nos desafios do mundo atual. Quanto às limitações deste estudo, infere-se a necessidade de ampliar a compreensão sobre o panorama do ensino da criatividade e inovação, também em outros níveis de ensino (como fundamental, médio e superior), bem como expandir a compreensão deste cenário para outros países.

Referências

- Alencar, E. M. L. S. de, Fleith, D. de S., Burochovitch, E., & Borges, C. N. (2015). Criatividade no Ensino Fundamental: Fatores Inibidores e Facilitadores segundo Gestores Educacionais. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 31(1), 105–114.
- Almeida, J. M. O., & Alencar, E. M. L. S. de. (2010). Criatividade no ensino médio segundo seus estudantes. *Paidéia*, 20(47), 325–334.
- Batista, E. C., & Nascimento, A. B. (2015). Percepção de acadêmicos quanto ao estímulo à criatividade por parte de seus professores. *Revista Brasileira de Ensino Superior*, 1(2), 54–63. doi:10.18256/2447-3944/rebes.v1n2p54-63
- Becker, M. A. d'Avila, Roazzi, A., Madeira, M. J. P., Arend, I., Schneider, D., Wainberg, L., & Souza, B. C. de. (2001). Estudo Exploratório da Conceitualização de Criatividade em Estudantes Universitários. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 14(3), 571–579.
- Bledow, R., Frese, M., Anderson, N., Erez, M., & Farr, J. (2009). A Dialectic Perspective on Innovation: Conflicting Demands, Multiple Pathways, and Ambidexterity. *Industrial and Organizational Psychology*, 2(03), 305–337. doi:10.1111/j.1754-9434.2009.01154.x
- Botella, M., Zenasni, F., & Lubart, T. I. (2018). What Are the Stages of the Creative Process? What Visual Art Students Are Saying. *Frontiers in Psychology*, 9(November), 1–13. doi:10.3389/fpsyg.2018.02266
- Candeias, A., Rebelo, N., Silva, J., & Mendes, P. (2011). Excelência vs. competência: um desafio para a educação e o desenvolvimento profissional. In: S. M. Wechsler & T. C. Nakano (Orgs), *Criatividade no ensino superior: uma perspectiva internacional*. (pp. 54 - 79). São Paulo: Vetor.
- Cazarini, E. W., Oliveira Neto, J. D., Oliveira, S. R. M., & Tioziotto, S. A. (2012). Reflexões sobre a inovação na educação a distância: o caso brasileiro. *EAD Em Foco*, (2), 94–118.
- Chibás, F. O., Pantaleón, E. M., & Rocha, T. A. (2013). Gestão da inovação e da criatividade hoje: Apontes e reflexões. *Holos*, 3(0), 15–26.
- Costa, C. M. C., Chagas, H. M. A., Matsukura, T. S., Vieira, G. I., Marqueze, E. C., López, C. G., ... Lefèvre, F. (2014). Contribuições da pós-graduação na área da saúde para a formação profissional: relato de experiência. *Saúde SO*. São Paulo, 23(4), 1471–1481. doi:10.1590/S0104-12902014000400028
- Cropley, D. H. (2019). Measuring Creativity. In D. H. Cropley (Ed.), *Homo Problematidis Solvendis—Problem-solving Man* (pp. 9–12). Singapura: Springer. doi:10.1007/978-981-13-3101-5
- Cropley, A., & Cropley, D. (2009). Fostering creativity: A diagnostic approach

- for higher education and organizations. Cresskill, N.J.: Hampton Press. doi:10.1108/09544789410067943
- Csikszentmihalyi, M. (1999) implications of a systems perspective for the study of creativity. In: R. J. Sternberg (Org). Handbook of creativity. (pp. 313-335) New York: Cambridge university Press.
- Csikszentmihalyi, M. (2006) Developing creativity. In: N. Jackson et al (Orgs). Developing creativity in higher education. (pp. 18-20). London: Routledge.
- Feist (1998). The Influence of Personality on Artistic and Scientific Creativity. In R. J. Sternberg (Org.), Handbook of Creativity (pp. 273–296). New York: Cambridge University Press.
- Fleith, D. de S. (2017). Criatividade, Motivação para Aprender, Ambiente Familiar e Superdotação: Um Estudo Comparativo. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 32, 1–9.
- Garcês, S., Pocinho, M., Jesus, S. N., & Viseu, J. (2016). The impact of the creative environment on the creative person, process, and product. *Revista Avaliação Psicológica*, 15(2), 169–176. doi:10.15689/ap.2016.1502.05
- Henderson, S. J. (2006). Inventors: the ordinary genius next door. In: R. J. Sternberg; E. L. Grigorenko; J. L. Singer, (Org.). Creativity: from potential to realization. (pp. 103-125). Washington, USA. American Psychological Association.
- Jackson, N. (2006). Imagining a different world. In: N. Jackson et al (Orgs.). Developing creativity in higher education. (pp. 1-9). London: Routledge
- Joo, B.K., McLean, G.N., & Yang, B. (2013). Creativity and human resource development: an integrative literature review and a conceptual framework for future research. *Human Resource Development Review*, 12(4), 390-421. doi:10.1177/1534484313481462
- Jordanous, A. (2016). Four PPP Perspectives on computational creativity in theory and in practice and in practice. *Connection Science*, 28(2), 194–216. doi:10.1080/09540091.2016.1151860
- Kleinmintz, O. M., Ivancovsky, T., & Shamay-tsoory, S. G. (2019). The twofold model of creativity: the neural underpinnings of the generation and evaluation of creative ideas. *Current Opinion in Behavioral Science*, 27, 131–138. doi:10.1016/j.cobeha.2018.11.004
- Lei nº 13.243, de 11 de janeiro de 2016. Dispõe sobre estímulos ao desenvolvimento científico, à pesquisa, à capacitação científica e tecnológica e à inovação. *Diário Oficial da União*, Brasília.
- Lima, V. F., & Alencar, E. M. L. S. de. (2014). Criatividade em programas de pós-graduação em Educação: práticas pedagógicas e fatores inibidores. *Psico-USF*, 19(1), 61–72.
- Lubart, T. I. (2001). Models of the Creative Process: Past, Present and Future. *Creativity Research Journal*, 13(3&4), 295–308. doi:10.1207/S15326934CRJ1334_07
- Miceli, G., Scopelliti, I., & Raimondo, M. A. (2020). Insight versus effort . Communicating the creative process leading to new products. *International Journal of Research in Marketing*. doi:10.1016/j.ijresmar.2020.01.001
- Morais, M. de F., & Almeida, L. (2016). Percepções sobre criatividade: Estudo com estudantes do Ensino Superior. *Revista Portuguesa de*

- Educação, 29(2), 141–162.
doi:10.21814/rpe.7385
- Mundim, M.C.B., & Wechsler, S.M. (2007). Estilos de pensar e criar em gerentes organizacionais e subordinados. *Boletim de Psicologia*, 57(126), 15-32.
- Nakano, T. C., & Wechsler, S. M. (2018). Creativity and innovation : Skills for the 21 st Century. *Estudos de Psicologia (Campinas)*, 35(3), 237–246. doi:10.1590/1982-02752018000300002
- Nakano, T. C., & Castro, L. R. de. (2013). Relação entre criatividade e traços temperamentais em estudantes do ensino fundamental. *Psico-USF*, 18(2), 249–261. doi:10.1590/S1413-82712013000200009
- Nakano, T. C., & Wechsler, S. M. (2006). O Percurso da Criatividade Figural do Ensino Médio ao Ensino Superior. *Boletim de Psicologia*, 56(125), 205–219.
- Nakano, T. C., & Wechsler, S. M. (2012). Criatividade: definições, modelos e formas de avaliação. In C. S. Hutz (Org.), *Avanços em avaliação psicológica e neuropsicológica de crianças e adolescentes II* (pp.327-361). São Paulo, SP: Casa do Psicólogo.
- Oliveira, Z. M. F. de. (2010). Fatores influentes no desenvolvimento do potencial criativo Factors that influence the development. *Estudos de Psicologia (Campinas)*, 27(1), 83–92.
- Oliveira, Z. M. F. de, & Alencar, E. M. L. S. de. (2014). Criatividade na pós-graduação stricto sensu: uma presença possível e necessária. *Revista Educação Pública*, 23(52), 53–75.
- Organization for Economic and Cooperation Development (2016). *Innovation strategy*. Recuperado em 10 de janeiro, 2019, de <http://www.oecd.org/site/innovationstrategy/defininginnovation.htm>.
- Pfeiffer, S. I., & Wechsler, S. M. (2013). Youth leadership: A proposal for identifying and developing creativity and giftedness. *Estudos de Psicologia*, 30(2), 219–229. doi:10.1590/S0103-166X2013000200008
- Rhodes, M. (1961). *Analysis of Creativity*. *The Phi Delta Kappan*, 42(7), 305–310.
- Ribeiro, O. C., & Moraes, M. C. (2014). *Criatividade em uma Perspectiva Transdisciplinar: Rompendo crenças, mitos e concepções*. Brasília: Líber Livro.
- Rodríguez, G., Pérez, N., Núñez, G., Baños, J., & Carrió, M. (2019). Developing creative and research skills through an open and interprofessional inquiry-based learning course. *BMC Medical Education*, 19(134), 1–13.
- Said-Metwaly, S., Noortgate, W. Van den, & Kyndt, E. (2017). Approaches to Measuring Creativity: A Systematic Literature Review. *Creativity. Theories – Research - Applications*, 4(2), 238–275. doi:10.1515/ctra-2017-0013
- Valentim, M. L. P. (2008). *Criatividade e inovação na atuação profissional*. *CRB-8 Digital*, 1 (1), 3-9.
- Wechsler, S. M. (2001). *Educação Criativa: Possibilidades para Descobertas*. In S. Castanho & C. M. E. (Orgs.), *Temas e textos em metodologia do ensino superior* (pp. 165–170). Campinas: Papyrus.
- Wechsler, S. M. (2008). *Criatividade: Descobrimo e encorajando* (3 ed.). Campinas: LAMP/PUC-Campinas.
- Wechsler, S. M. (2009). *Avaliação da criatividade: Possibilidades e desafios*. In C. S. Hutz (Org.), *Avanços e polêmicas em*

avaliação psicológica (pp. 93 - 125). São Paulo: Casa do Psicólogo.

Wechsler, S. M., & Nakano, T. de C. (2018). Criatividade e inovação como elementos da psicologia positiva: implicações para o contexto organizacional. In A. C. S. Vasquez & C. S. Hutz (Orgs.), Aplicações da

Psicologia Positiva: trabalho e Organizações. (pp. 110–129). São Paulo: Hografe.

Zanella, A. V., & Titon, A. P. (2005). Análise da produção científica sobre criatividade em programas brasileiros de pós-graduação em psicologia. *Psicologia Em Estudo*, 10(2), 305–316.