

A influência da idade na cotação de originalidade em um teste de criatividade figural

The effect of age on originality quotations in a figural creativity test

La influencia de la edad en la lista de originalidad en una prueba de creatividad figurativa

Tatiana de Cassia **Nakano**¹

Giovanna Julia **Fusaro**²

Isabella Wonsik **Cano**³

Lais Rovina **Batagin**⁴

Isabel Cristina Camelo de **Abreu**⁵

Resumo

Como parte do processo de investigação das qualidades psicométricas de um instrumento para avaliação da criatividade figural, disponível para avaliação infantil e em estudo de ampliação da sua faixa etária de uso, o presente estudo foi conduzido. Com o objetivo de verificar se a característica de originalidade, ou seja, se a lista de respostas comumente fornecida pelos participantes varia de acordo com a idade da amostra, dois grupos, um composto por crianças e outra por adultos tiveram suas respostas, a um teste de criatividade figural, analisadas em termos de frequência. O levantamento das respostas comuns (fornecidas por mais de 5% da amostra) indicou que, apesar da presença de respostas iguais nos dois grupos, a maior parte delas é considerada comum em apenas uma das amostras. Tal resultado confirma a necessidade de elaboração do crivo de correção de originalidade de acordo com as respostas fornecidas pelo público-alvo.

Palavras-chave: Avaliação; Evidências de validade; Teste Psicológico.

Abstract

This study was conducted as part of the investigation into the psychometric qualities of an instrument for the assessment of figural creativity available for children and in a study to extend its age range of use. We examined the frequency of answers provided by participants to a test of figural creativity in two groups, one composed of children and one composed of adults, in order to determine if the characteristic of originality, that is, the list of common responses commonly provided by participants, differs with their age. According to the survey of common responses (providing more than 5% of the sample), despite the fact that both groups provided equal responses, the majority of them were considered common in only one sample. Based on the results of this study, it is clear that the originality correction sieve should be prepared based on the answers provided by the target audience.

Keywords: Assessment; Validity; Psychological test.

Resumen

Como parte del proceso de investigación de las cualidades psicométricas de un instrumento para la evaluación de la creatividad figurativa, disponible para la evaluación de niños y en un estudio para ampliar su rango de edad de uso, se realizó el presente estudio. Para verificar si la característica de originalidad varía según la edad de la muestra, dos grupos, uno compuesto por niños y otro por adultos, tuvieron sus respuestas a una prueba de creatividad figurativa, analizada en términos de frecuencia. La encuesta de respuestas comunes (proporcionada por más del 5% de la muestra) indicó que, a pesar de la presencia de respuestas iguales en ambos grupos, la mayoría de ellas se consideran comunes en solo una de las muestras. Este resultado confirma la necesidad de preparar el tamiz de corrección de originalidad de acuerdo con las respuestas proporcionadas por el público objetivo.

Palabras clave: Evaluación; Evidencia de validez; Examen psicológico.

¹ Doutora. Docente do programa de pós-graduação stricto sensu em Psicologia da Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Bolsista produtividade 2 CNPq. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5720-8940>. E-mail: tatiananakano@hotmail.com

² Graduanda em Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Bolsista de iniciação científica FAPESP (processo 2022/12078-3). Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5952-3699>.

³ Graduanda em Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Bolsista de iniciação científica FAPESP (processo 2022/12020-5). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2382-0082>.

⁴ Graduada em Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Bolsista de iniciação científica FAPESP (processo 2021/06366-3). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8863-1194>.

⁵ Doutoranda em Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Bolsista CNPq. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4905-8476>

Introdução

A criatividade é uma característica presente em todos os indivíduos enquanto potencial. Trata-se de um construto multidimensional e complexo e que, por tal motivo, apresenta diversas definições. Usualmente a avaliação da criatividade é avaliada em relação a diversos componentes, sendo que, dentre esses, a fluência (quantidade de ideias) e originalidade (ideias incomuns) são os mais comumente usados (Reiter-Palmon et al., 2019). Algumas dessas compreensões são apresentadas no Quadro 1, a seguir.

Quadro 1.

Definições de criatividade.

| Autor | Definição |
|-----------------------------------|--|
| Sternberg e Lubart (1999) | Habilidade de produzir ideias que são, ao mesmo tempo, novas, apropriadas e úteis contribuição original e apropriada que tem propósito e pode ser julgada por algum tipo de critério externo |
| De La Torre (2014) | Potencial para produzir ideias novas e uteis, que se manifesta em condições e clima apropriado, possibilitando, a cada indivíduo, a manifestação de sua expressão criativa |
| Plucker, Beghetto e Daw (2004) | Interação entre aptidão, processo e ambiente, pela qual um indivíduo produz algo que é percebido como novo e útil, dentro de um contexto social |
| Torrance e Ball (1990) | Novidade, capacidade para produzir ideias raras ou incomuns, quebra dos padrões habituais de pensar ou ainda o oferecimento de respostas infrequentes dentro de um determinado grupo |
| Runco e Jaeger (2012) | A criatividade é tipicamente definida, pelo menos na Psicologia, como o processo que leva à geração de produtos novos/originais e úteis/eficazes |

Nessas definições podemos ver que a ideia de criatividade enquanto uma capacidade de produzir uma novidade, respostas únicas e originais, indo além da replicação ou cópia do que já existe está presente. Nesse sentido, a originalidade é considerada mais do que novidade, visto que tal característica contempla também a singularidade (Corazza, 2016). Sua importância se ampara no fato de que a originalidade tem se mostrado, segundo especialistas, a habilidade mais relacionada à criatividade e inovação (Acar, Brunett, & Cabra, 2017).

A ênfase na originalidade é, sem dúvida, uma das principais bases para as medidas de criatividade, juntamente com a quantidade de ideias (fluência) e qualidade (flexibilidade) (Kaufman & Sternberg, 2010). Desse modo, a originalidade é considerada uma habilidade que compõem a criatividade, sendo baseada na infrequência estatística de modo a representar a singularidade da resposta (Mayseless, Eran, & Shamay-Tsorny, 2015). Entretanto, conforme ressaltado por Wechsler (2008), a originalidade constitui-se em um dos componentes desse construto e não seu sinônimo, como muitas pessoas acreditam. Isso porque, conforme Runco (2004), provavelmente qualquer pessoa concorda que criatividade envolve originalidade, ainda que isso não implique que criatividade é meramente um tipo de originalidade, uma vez que esta característica é necessária, mas não suficiente para a expressão criativa.

De modo geral, a originalidade envolve um processo de inibição das ideias comuns e automáticas, aliada a uma abertura e flexibilidade em direção a novas associações, mais remotas ou indiretas (Mayseless et al., 2015). Nesse sentido, Plucker et al. (2004) apontam que, além do aspecto relacionado à novidade (uma ideia tida como algo original, único, novo, diferente), outro ponto principal envolve a sua utilidade (reconhecimento de que a ideia é significativa, relevante, apropriada, útil). A combinação entre eles seria esperada, ainda que existam situações nos quais a ideia é nova, mas não tem utilidade, mérito ou acaba por não se mostrar útil (Beghetto & Kaufman, 2007). Dessa forma o contexto em que tal ideia foi criada atua de modo a determinar, até que ponto, a singularidade e novidade

propostas são aceitáveis, visto que muitas ideias, apesar de diferentes e únicas, acabam sendo rejeitadas, ignoradas ou interpretadas como irrelevantes pela sociedade.

Assim, dentro de um domínio, existiriam diferentes maneiras de uma ideia ser considerada novidade ou original, segundo Sternberg, Kaufman e Pretz (2002): (1) reiterando uma ideia conhecida, mas de um novo modo; (2) promovendo um avanço em algum campo, mas adicionando um sentido diferente ao já existente; (3) ao mover um campo em uma nova direção; (4) levando à integração de diferentes correntes em um campo. Entretanto, apesar dessa diversidade, mais comumente, tal característica vem sendo associada à sua raridade, raridade e infrequência.

Nos testes de criatividade, por exemplo, a originalidade é avaliada com base em listas de originalidade zero, ou seja, aquelas respostas que são comuns em cada atividade e que, portanto, não recebem nenhum ponto em originalidade. As respostas que são relevantes e não estão nessa lista de originalidade zero recebem um ponto (Acar et al., 2021). Usualmente o critério da raridade estatística é utilizado para determinar o grau de originalidade daquela resposta em uma determinada população (Mayseless et al., 2015). Dada a importância desta característica para a produção criativa, diversos são os instrumentos que contemplam sua avaliação, conforme apontado por Torrance e Safter (1999): *Welsh Figure Preference Test*, *Rorschach Ink Blocks*, *Similes Test*, *Creativity Tests for Children*, *Sounds and Images*, *Onomatopéia and Images*, *Thinking Creatively in Action and Movement* e *Torrance Tests of Creative Thinking*. Somente os últimos encontram-se disponíveis no Brasil, na sua versão verbal e figural, sendo a originalidade também avaliada no Teste de Criatividade Figural Infantil (Nakano, Wechsler, & Primi, 2011), baseado no modelo figurativo de Torrance.

Nos testes de Torrance, instrumentos internacionais mais utilizados na área da avaliação da criatividade, podemos verificar que o critério de originalidade se baseia na infrequência estatística das respostas em relação a todas as respostas dadas à mesma tarefa, produzidas por um grupo grande de pessoas, usualmente 500 ou mais (Torrance & Safter, 1999). A pontuação em originalidade baseada na frequência é feita a partir de uma tabulação cruzada de todas as respostas de uma amostra, seguida da tabulação de ocorrência de cada resposta. Nesse modelo, as respostas dadas por menos de 5% da amostra normativa recebem um ponto em originalidade. As demais respostas, consideradas comuns, não são pontuadas (Silvia, Winterstein, et al., 2008). Do mesmo modo, também em outros instrumentos, por exemplo o de Wallack e Kogan, a originalidade seria pontuada em zero ou um ponto, de acordo com listas de originalidade preparadas para cada item, baseadas em dados normativos (Kim, 2006). Estudos têm demonstrado que, em amostras compostas por cerca de 300 a 400 participantes, as estimativas referentes à originalidade podem ser consideradas confiáveis (Forthmann et al., 2020).

Tal modelo, no entanto, vem recebendo severas críticas no meio científico (Forthmann et al., 2021) devido ao fato dessa pontuação mostrar-se muito influenciada pelo tamanho da amostra, uma vez que, o argumento ampara-se na constatação de que quanto maior essa for, menores são as chances de uma resposta mostrar-se original (Silvia, Martin, & Nusbaum, 2009). Os autores exemplificam que, em uma amostra de 20 pessoas, por exemplo, a maioria das respostas será única, uma vez que a quantidade de respostas disponíveis para comparação é pequena. Se, no entanto, mais 200 casos forem adicionados, muitas respostas anteriormente consideradas originais já não serão mais únicas, de modo que, quanto maior o número de sujeitos, mais a originalidade seria difícil de ser detectada, tendo-se como resultado o fato de que a maior parte das pessoas receberão pontuação zero para suas respostas. Por tal motivo a utilização desse tipo de cotação mostrar-se-ia inadequada para uso, por exemplo, em testes em larga escala (Silvia, Winterstein, & Willse, 2008). Lee (2008) ainda chama a atenção para a possibilidade de que as respostas que sejam consideradas originais acabem sendo somente aquelas inapropriadas.

Nesse sentido, uma crítica refere-se ao fato de que o requisito da originalidade definida como novidade, representada no mecanismo de pontuação da maioria dos testes de pensamento criativo atualmente disponíveis, apresenta a falha de ter o critério de adequação da resposta negligenciado na maior parte deles. Tal critério refere-se à extensão em que uma solução proposta consegue satisfazer as

exigências colocadas por um problema, de modo que um indivíduo criativo seria aquele que gera não apenas respostas originais e únicas, mas também ideias de valor e adequadas. Segundo Lubart e Guignard (2004), teríamos que distinguir entre ideias criativas e ideias bizarras, as quais também se mostram novas, mas não atendem aos critérios da situação ou às restrições exigidas para a solução daquele problema. Isso porque muitas vezes a ideia atende ao primeiro critério (originalidade) mas não ao segundo (adequação), ou vice-versa, sendo mais raras aquelas que satisfazem a ambos (Simonton, 2004). Nesse sentido, seria razoável esperar, segundo opinião de Zeng, Proctor e Salvendi (2011), que os gênios criadores de produtos comercialmente competitivos não necessariamente sejam aqueles que apresentam maior pontuação nos testes atuais de pensamento criativo. Por esse motivo argumentam que a validade preditiva da originalidade ainda precisa ser melhor investigada.

O que se tem feito notar é a existência diferentes questionamentos acerca da originalidade, ainda que um número reduzido de estudos volte seus objetivos à investigação psicométrica dessa característica criativa (Zanergar, Hocevar, & Michael, 1988). Os questionamentos envolvem (1) a interação entre originalidade e a característica de fluência, dada a existência de altas correlações entre elas, apontadas em diversos estudos (Arreola & Reiter-Palmon, 2016; Dumas & Runco, 2018); (2) em termos desenvolvimentais, outro olhar que se apresenta é apontado por Owen e Baum (1985), ao questionarem se a pontuação no instrumento refletiria um estado temporário de originalidade expressa no teste ou se fornece alguma indicação acerca de um traço mais duradouro, de modo se poder afirmar sua capacidade de predição criativa na vida real; (3) outra questão refere-se à possibilidade de treinamento dessa característica, investigada por Whittemore e Heimann (1966), cujos resultados de um treinamento ao longo de seis sessões semanais indicaram diferenças significativas a favor do grupo experimental, de modo que os resultados apontaram a efetividade dos procedimentos de treino na originalidade. Sobre esse ponto, os resultados não se mostram consensuais, sendo encontrados relatos mais atuais de que tal característica não aumenta com programas criativos (Ritter, Gu, Crijns, & Biekens, 2020; Rao, Puranam, Singh, 2022).

Outro aspecto a ser considerado envolve a constatação de que a extensão da originalidade, enquanto novidade, pode variar entre original para a própria pessoa que realizou o trabalho, para um grupo social ou ainda para a humanidade (Lubart & Guignard, 2004). Assim, seria provável considerar que os escores em originalidade possam mudar de acordo com variáveis demográficas e ao longo do tempo, podendo ainda diferir entre culturas. De acordo com Kim (2006), corretores especializados na cotação da originalidade nos testes de Torrance, por exemplo, confirmam a existência de diferenças culturais nas listas de originalidade dos instrumentos, de modo que tais resultados sugerem a importância e a necessidade de criação e utilização de critérios independentes para cada grupo. Ainda segundo a autora, a frequência estatística de várias respostas irá variar entre pessoas de diferentes culturas, o que levaria a resultados equivocados se as tabelas de originalidade forem usadas em diferentes culturas sem normas / listas próprias de originalidade, adequadas para aquela população específica. Opinião contrária é defendida por Torrance e Safter (1999) ao afirmarem que pesquisas têm demonstrado que guias de correção baseados nas respostas de 500 pessoas ou mais, tendem a produzir escores bastante estáveis, mesmo entre diferentes culturas.

Nesse sentido, tem-se visto, atualmente na literatura internacional, diversos estudos voltados à investigação das diferenças demográficas na expressão criativa (tais como sexo, idade, nacionalidade, raça, classe social, padrões linguísticos). Tal perspectiva sugere que as diferenças demográficas têm o potencial de contribuir para a criatividade, aumentando o número de ideias originais exercida sobre uma tarefa, conforme salientado por Martins e Shalley (2011).

Diante das controvérsias e questionamentos presentes na literatura, o presente estudo tem por objetivo verificar como diferenças relacionadas à idade afetam a criatividade, mais especificamente a frequência de respostas figurativas consideradas originais fornecidas por crianças e adultos. Tal estudo se mostra relevante visto que o único instrumento disponível para uso profissional pelo psicólogo no Brasil

para avaliação da criatividade (Teste de Criatividade Figural Infantil) está sendo investigado para ter seu uso ampliado para adolescentes e adultos. Consequentemente, considerando-se a recomendação de que a cotação da originalidade seja feita dentro de uma amostra representativa do público-alvo, tal investigação foi feita na nova amostra, de maior idade. Assim, o presente estudo tem, como objetivo principal, comparar a originalidade das respostas de duas amostras com idades diferentes, dadas a um mesmo instrumento, visando responder ao questionamento elaborado por Mayseless et al. (2015). De acordo com os autores, ainda não está claro como os resultados obtidos para amostras adultas se aplicam a amostras compostas por crianças e adolescentes.

Método

Participantes

Duas amostras foram consideradas no presente estudo, a primeira composta por 500 crianças estudantes do 1º ao 9º ano do Ensino Fundamental, sendo 265 do sexo feminino e média de idade 10,2 anos. A segunda amostra foi composta por 243 adultos e idosos com diferentes níveis de escolaridade (desde Ensino fundamental incompleto até pós-doutorado), sendo 133 do sexo feminino e media de idade de 22,7 anos.

Instrumento

Para a realização deste estudo foi utilizado o Teste de Criatividade Figural Infantil (Nakano, Wechsler, & Primi, 2011) instrumento no qual os participantes são convidados a comporem desenhos em três atividades de estímulos incompletos. Um exemplo dos estímulos fornecidos em cada uma das atividades é apresentado na Figura 1, a seguir.



Figura 1. Exemplos de estímulos apresentados em cada atividade do teste.

A correção do instrumento permite a avaliação da criatividade figural por meio da pontuação de 12 características criativas (Fluência, Flexibilidade, Elaboração, Originalidade, Expressão de Emoção, Fantasia, Movimento, Perspectiva Incomum, Perspectiva Interna, Uso de Contexto, Extensão de Limites e Títulos Expressivos), agrupadas em quatro fatores: Fator 1: Enriquecimento de Ideias, Fator 2: Emotividade, Fator 3: Preparação Criativa, Fator 4: Aspectos Cognitivos, cuja estimativa permite uma avaliação global da criatividade e avaliação das características mais e menos desenvolvidas no indivíduo.

Estudos com o instrumento na sua versão infantil apontaram evidências de validade e precisão do instrumento (valores entre 0,81 e 0,94 de correlação para validade concorrente com o Teste Figural de Torrance e índices entre 0,84 e 0,95 de correlação para a precisão por meio do teste e reteste), para uso em estudantes do Ensino Fundamental (Nakano & Wechsler, 2006a, 2006b). Já a versão para adolescentes e adultos teve, até o momento, investigada sua evidência de validade com base na estrutura interna e precisão (Nakano, Batagin, & Fusaro, 2022), cujos resultados indicaram um modelo composto

por quatro fatores (enriquecimento de ideias, aspectos cognitivos, aspectos emocionais e aspectos externos) e precisão total de 0,776 por meio da consistência interna.

Procedimentos

Após a seleção aleatória dos testes, todas as respostas encontradas nos instrumentos avaliados foram categorizadas, de acordo com a atividade em que ocorriam (atividade 1, atividade 2 e atividade 3), sendo que, em relação às atividades 1 e 3 uma única lista foi desenvolvida, considerando-se que a primeira apresenta um único estímulo e, portanto, uma única resposta possível, o mesmo procedimento ocorrendo em relação à terceira atividade, dado o fato de que a mesma apresenta o mesmo estímulo repetido 30 vezes. Na atividade 2, entretanto, o procedimento empregado foi diferente, visto que são fornecidos dez diferentes estímulos incompletos, de modo a permitir ao sujeito a elaboração de até dez respostas. Assim, as respostas em cada um dos estímulos foram cotadas separadamente, a fim de se verificar aquelas mais comuns em cada um deles.

Posteriormente a lista de respostas comuns, ou seja, não originais foi elaborada considerando-se os critérios indicados na literatura científica, ou seja, presentes em mais de 5% da amostra. Tais respostas deram origem a tabelas de originalidade específicas para cada atividade do teste. As respostas nas duas amostras foram comparadas.

Resultados

A lista com as respostas comumente encontradas, portanto não originais, foi elaborada, sendo apresentada primeiramente os dados referentes à atividade 1 do instrumento (Tabela 1), lembrando que tal atividade é composta por um único estímulo indefinido, de modo a permitir, ao participante, uma única resposta.

Tabela 1
Respostas não originais para a atividade 1

| Resposta | Amostra Infantil | Amostra Adulto |
|--------------|------------------|----------------|
| Baleia | X | X |
| Cabeça | X | |
| Capacete | | X |
| Carro | X | |
| Casa | X | |
| Chapéu | | X |
| Colina | | X |
| Coração | X | X |
| Folha | X | |
| Guarda-chuva | X | |
| Ilha | X | X |
| Montanha | X | X |
| Morro | | X |
| Rato | X | X |
| Rosto | X | |
| Sol | X | |
| Sorvete | X | |
| Tartaruga | X | X |

Como pode ser visualizado na Tabela 1, quando consideradas as duas amostras, 18 respostas foram fornecidas por mais de 5% dos participantes das amostras analisadas, sendo consideradas não originais. Na amostra infantil, 14 delas se encontram presentes, ao passo que, na amostra de adultos encontramos 10 respostas frequentes.

Ao comparar as amostras, podemos ver que somente cinco delas se repetem nas duas faixas etárias, ou seja, 27,7%. As demais se mostraram comuns em apenas um dos grupos, situação que foi encontrada em 57,1% das respostas não originais presentes na amostra infantil e 40,0% das respostas não originais na amostra de adultos.

Em seguida, o mesmo tipo de análise foi realizado na Atividade 2. Nessa atividade, convém ressaltar que são oferecidos 10 estímulos diferentes sendo que, por tal motivo, a cotação das respostas comuns, ou seja, não originais, tem que ser feita separadamente para cada um. Entretanto, devido ao elevado número de respostas, optou-se por apresentar os resultados de uma forma diferente, contemplando o número de respostas iguais às duas amostras e o número de respostas particulares (não repetidas) em cada amostra, para cada estímulo.

Tabela 2
Análise das respostas não originais na atividade 2

| Estímulo | Repetidas nas duas amostras | | Exclusivas na amostra infantil | | Exclusivas na amostra adulto | |
|--------------------|-----------------------------|------|--------------------------------|------|------------------------------|------|
| | F | % | F | % | F | % |
| Estímulo 1 (n=11) | 3 | 27,2 | 8 | 72,8 | - | - |
| Estímulo 2 (n=7) | 4 | 57,1 | 1 | 14,3 | 2 | 28,6 |
| Estímulo 3 (n=6) | 2 | 33,3 | 3 | 50,0 | 1 | 16,7 |
| Estímulo 4 (n=10) | 5 | 50,0 | 4 | 40,0 | 1 | 10,0 |
| Estímulo 5 (n=6) | 2 | 33,3 | 2 | 33,3 | 2 | 33,3 |
| Estímulo 6 (n=14) | 4 | 28,5 | 7 | 50,0 | 3 | 21,5 |
| Estímulo 7 (n=8) | - | - | 5 | 62,5 | 3 | 37,5 |
| Estímulo 8 (n=11) | 4 | 36,3 | 3 | 27,4 | 4 | 36,3 |
| Estímulo 9 (n=5) | 1 | 20,0 | 1 | 20,0 | 3 | 60,0 |
| Estímulo 10 (n=19) | 5 | 26,3 | 14 | 73,7 | - | - |

Podemos ver que alguns estímulos apresentam maior percentagem de respostas comuns às duas faixas etárias (mais de 50%), por exemplo, estímulos 2 e 4. Por outro lado, o estímulo 7 não apresentou nenhuma resposta comum nos dois grupos. É possível visualizar estímulos em que a maior parte das respostas não originais são encontradas em um único grupo, sendo cinco na amostra infantil (estímulos 1, 3, 6, 7 e 10) e um único no grupo de adultos (estímulo 9). Além disso, nos estímulos 1 e 10 não há a presença de respostas únicas no grupo de adultos.

Por fim, procedimento semelhante foi feito em relação à atividade 3. Nessa tarefa, são apresentados 30 estímulos repetidos. Desse modo, o examinando é estimulado a pensar em diferentes respostas usando o mesmo estímulo. Nessa atividade vemos que na amostra infantil, a lista de respostas consideradas comuns/não originais contém 50 itens. Já na amostra de adultos são 10. Ao comparar as listas de respostas não originais, vemos que nove aparecem repetidas nos grupos (18,0%), 41 são exclusivas no grupo infantil (82,0%) e somente uma aparece de forma única no grupo adulto (1%).

Discussão

Dentro do construto da criatividade, a originalidade é uma característica destacada na maior parte das definições, amplamente utilizada nas medidas desse construto (Torrance & Safter, 1999). Diante desse fato, o presente estudo foi desenvolvido como uma das etapas iniciais do processo de investigação das qualidades psicométricas de um instrumento de avaliação da criatividade figural.

Apesar de já utilizado na avaliação de crianças, a mudança do público-alvo exige que novas pesquisas sejam feitas com a amostra para a qual se pretende o novo uso, no caso, adolescentes, adultos e idosos. Considerando-se que a originalidade, ou seja, o quão rara, infrequente ou incomum é uma ideia,

é uma característica que deve ser cotada dentro de um grupo grande de pessoas (Kim, 2006; Silvia et al., 2008).

Considerando-se que os escores em originalidade podem mudar de acordo com as variáveis demográficas (Kim, 2006), o presente estudo buscou responder, em partes, o questionamento encontrado na literatura, principalmente internacional, acerca da cotação da originalidade e sua (in)dependência da amostra considerada. Tomando-se como exemplo a sua cotação em termos do critério de infrequência estatística (ocorrência em menos de 5% da amostra), conforme recomendado por Torrance e Safter (1999), os resultados indicaram a existência de respostas consideradas não originais encontradas nas duas amostras analisadas, mas também, respostas que se mostraram comuns somente em uma das amostras.

Esse resultado confirma a percepção de Kim (2006), o qual aponta a importância e necessidade de elaboração de critérios independentes para cada grupo, de modo a evitar que o uso de tabelas de originalidade sem adequação para aquela população específica seja feito e, conseqüentemente, leve a resultados equivocados. No caso aqui apresentado, diferenças devido a idade foram confirmadas, concordando com Haslam et al. (2013) e Martins e Shalley (2011) sobre as diferenças demográficas na originalidade.

Considerações Finais

Os resultados obtidos no presente estudo trazem importantes constatações acerca da similaridade nas respostas de crianças e adultos em relação à originalidade das mesmas. De modo geral, mais diferenças foram encontradas nos desenhos. No entanto outros estudos devem ser realizados antes que se possa afirmar, com maior segurança, tais achados, dada a restrição da amostra e da utilização de um único método para estimação da originalidade, criticado por alguns autores na literatura internacional.

Assim, novos estudos são recomendados, incluindo uso de procedimentos automatizados de cotação da originalidade, já investigados no contexto internacional, especialmente nas medidas de criatividade verbal e cujos resultados têm indicado a precisão desse método (Acar & Runco, 2019; Beaty, Johnson, Zeitlen, & Forthamm, 2022; Fortmann, Oeybade, Ojo, Gunther, & Holling, 2019; Gray et al., 2019; Heiner & Johnson, 2018), inclusive quando comparado com a cotação realizada manualmente (Dumas, Organisciak, & Doherty, 2021).

Referências

- Acar, S., Burnett, C., & Cabra, J. F. (2017). Ingredients of Creativity: Originality and More. *Creativity Research Journal*, 29(2), 133-144. <http://doi.org/10.1080/10400419.2017.1302776>
- Acar, S., Berthiaume, K., Grajzel, K., Dumas, D., Flemister, C. T., & Organisciak, P. (2021). Applying automated originality scoring to the verbal form of Torrance Tests of Creative Thinking. *Gifted Child Quarterly*, 1-15. <http://doi.org/10.1177/00169862211061874>.
- Acar, S., & Runco, M. A. (2019). Divergent thinking: New methods, recent research, and extended theory. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 13(2), 153-158. <https://doi.org/10.1037/aca0000231>.
- Beaty, R. E., Johnson, D. R., Zeitlen, D. C. & Forthmann, B. (2022). Semantic Distance and the Alternate Uses Task: Recommendations for Reliable Automated Assessment of Originality. *Creativity Research Journal*, 34(3), 245-260. <http://doi.org/10.1080/10400419.2022.2025720>.
- Beghetto, R.A. & Kaufman, J.C. (2007). Toward a broader conception of creativity: a case for “mini-c” creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity and the Arts*, 1 (2), 73-79. <http://doi.org/10.1037/1931-3896.1.2.73>.
- Corazza, G. E. (2016). Potential Originality and Effectiveness: The Dynamic Definition of Creativity. *Creativity Research Journal*, 28(3), 258-267. <http://doi.org/10.1080/10400419.2016.1195627>

- Dumas, D., & Runco, M. (2018). Objectively scoring divergent thinking tests for originality: a re-analysis and extension. *Creativity Research Journal*, 30(4), 466-468. <http://doi.org/10.1080/10400419.2018.1544601>.
- Dumas, D., Organisciak, P., & Doherty, M. (2021). Measuring divergent thinking originality with human raters and text-mining models: a psychometric comparison of methods. *Psychology of Aesthetics Creativity and the Arts*, 15(4), 645-663. <https://doi.org/10.1037/aca0000319>.
- Forthmann, B., Paek, S. H., Dumas, D., Barbot, B., & Holling, H. (2020). Scrutinizing the basis of originality in divergent thinking tests: On the measurement precision of response propensity estimates. *British Journal of Educational Psychology*, 90(3), 683-699. <https://doi.org/10.1111/bjep.12325>.
- Fortmann, B., Jankowska, D. M., & Karkowski, M. (2021). How reliable and valid are frequency-based originality scores? Evidence from a sample of children and adolescents. *Thinking Skills and Creativity*, 41, e100851. <http://doi.org/10.1016/j.tsc.2021.100851>.
- Forthmann, B., Oyebade, O., Ojo, A., Günther, F., & Holling, H. (2019). Application of latent semantic analysis to divergent thinking is biased by elaboration. *The Journal of Creative Behavior*, 53(4), 559-575. <https://doi-org.libproxy.library.unt.edu/10.1002/jocb.240>.
- Gray, K., Anderson, S., Chen, E. E., Kelly, J. M., Christian, M. S., Patrick, J., Huang, L., Kenett, Y. N., & Lewis, K. (2019). "Forward flow": A new measure to quantify free thought and predict creativity. *The American Psychologist*, 74, 539-554. <http://dx.doi.org/10.1037/amp0000391>.
- Haslam, S.A., Adarves-Yono, I., Postmes, T., & Jans, L. (2013). The collective origins of valued originality: a social identity approach to creativity. *Personality and Social Psychology Review*, 17, 384-401.
- Heinen, D. J., & Johnson, D. R. (2018). Semantic distance: An automated measure of creativity that is novel and appropriate. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 12(2), 144-156. <https://doi.org/10.1037/aca0000125>.
- Kaufmann, J. C., & Sternberg, R. J. (2010). *The Cambridge Handbook of Creativity*. Cambridge University Press.
- Kim, K.H. (2006). Can we trust creativity tests? A review of the Torrance Tests of Creative Thinking (TTCT). *Creative Research Journal*, 18 (1), 03-14.
- Lubart, T. & Guignard, J.H. (2004). The generality-specificity of creativity: a multivariate approach. In R.J. Sternberg, E.L. Grigorenko & J.L. Singer (Eds.), *Creativity: from potential do realization* (pp. 43-56). Washington, DC: American Psychological Association.
- Martins, L.L., & Shalley, C.E. (2011). Creativity in virtual work: effects of demografic differences. *Small Group Research*, 42, 536-561.
- Nakano, T. C. & Wechsler, S. M. (2006a). Teste Brasileiro de Criatividade Figural: proposta de instrumento. *Revista Interamericana de Psicologia*, 40, 103-110.
- Nakano, T. C. & Wechsler, S. M. (2006b). Teste Brasileiro de Criatividade Figural: proposta de normas. *Avaliação Psicológica*, 5, 159-170.
- Nakano, T.C., Wechsler, S.M. & Primi, R. (2011). *Teste de Criatividade Figural Infantil: manual técnico*. São Paulo: Editora Vetor.
- Owen, S.V. & Baum, S.M. (1985). The validity of the measurement of originality. *Educational and Psychological Measurement*, 45, 939-944.
- Plucker, J., Beghetto, R. A., & Daw (2004). Why creativity is domain general, why it looks domain specific, and why the distinction does not matter. In R. J. Sternberg, E. L. Grigorenko & J. L. Singer (Eds.), *Creativity: from potential to realization* (pp. 153-167). Washington, DC: American Psychological Association.
- Reiter-Palmon, R., Forthmann, B., & Barbot, B. (2019). Scoring divergent thinking tests: A review and systematic framework. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 13(2), 144-152. <https://doi.org/10.1037/aca0000227>.
- Runco, M.A. (2004). Everyone has creative potential. In R.J. Sternberg, E.L. Grigorenko & J.L. Singer,

- Creativity: from potential to realization* (pp.21-30). Washington: American Psychological Association.
- Silvia, P.J., Martin, C. & Nusbaum, E.C. (2009). A snapshot of creativity: evaluating a quick and simple method for assessing divergent thinking. *Thinking Skills and Creativity*, 4, 79-85.
- Silvia, P.J., Winterstein, B.P. & Willse, J.T. (2008). The madness to our method: some thoughts on divergent thinking. *Psychology of Aesthetics, Creativity and the Arts*, 2 (2), 109-114.
- Simonton, D.K. (2004). Creativity as a constrained stochastic process. In R.J. Sternberg, E.L. Grigorenko & J.L. Singer (Eds.), *Creativity: from potential to realization* (pp.83-101). Washington: American Psychological Association.
- Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1999). The concept of creativity: Prospects and paradigms. In R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of creativity* (pp. 3-15). Cambridge: Cambridge University Press.
- Sternberg, R.J., Kaufman, J.C. & Pretz, J.E. (2002). The propulsion model of creative contributions applied to the arts and letters. *Journal of Creative Behavior*, 35 (2), 75-101.
- Torrance, E.P., & Ball, O.E. (1990). *Streamlined Scoring and Interpretation Guide and Norms Manual Verbal and Figural Form B*. Bensenville: Scholastic Testing Service.
- Torrance, E.P., & Safter, H.T. (1999). *Making the creative leap beyond*. Buffalo, NY: Creative Education Foundation.
- Wechsler, S.M. (2008). *Criatividade: descobrindo e encorajando*. São Paulo: Editora Psy.
- Whittemore Jr., R.G. & Heimann, R.A. (1966). Modification of originality responses. *Journal of Counseling Psychology*, 13 (2), 213-218.
- Zanergar, Z., Hocevar, D., & Michael, W.B. (1988). Components of original thinking in gifted children. *Educational and Psychological Measurement*, 48, 5-16.
- Zeng, L., Proctor, R.W. & Salvendy, G. (2011). Can traditional divergent thinking tests be trusted in measuring and predicting real-world creativity?. *Creativity Research Journal*, 23 (1), 24-37.