

PENSAMENTO CRIATIVO NO ENSINO SUPERIOR: ESTUDO DE CASO EM DISCIPLINA ELETIVA DE IMERSÃO PARA CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO

MARINA CERQUEIRA MARINHO

FEA/USP - FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA USP

LUCIANA HASHIBA

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS - FGV/EAESP

CRISTINA APARECIDA PIRES DE SOUZA SARTORETTO

Introdução

Criatividade e inovação são centrais para estratégias organizacionais e educacionais refletido no aumento da demanda por profissionais criativos. Essas competências ganharam destaque nas instituições de ensino superior (IES), mas enfrenta desafios envolvendo a promoção do pensamento criativo. Este artigo apresenta o caso da disciplina eletiva "Imersão em Criatividade e Inovação", oferecida por 7 semestres em uma IES de administração. O objetivo foi investigar como docentes/pesquisadores percebem a relação entre criatividade e inovação neste contexto.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Diante do aumento da demanda por profissionais criativos, o fenômeno da criatividade é estudado. Criatividade e inovação são competências que ganharam destaque nas IES. No entanto, diversos fatores impactam sua expressão, como resistência discente, estrutura organizacional, atributos docentes e práticas pedagógicas. O objetivo deste estudo foi investigar como docentes e pesquisadores percebem a relação entre criatividade e inovação no contexto de uma disciplina eletiva de imersão, contribuindo para a reflexão e aprimoramento de práticas pedagógicas voltadas à criatividade.

Fundamentação Teórica

A criatividade e pensamento criativo são vistos como habilidade central para o futuro do trabalho e para a resolução de problemas (Fórum Econômico Mundial, 2025). Nas dimensões sociais do ato criativo individual como experiências do ser-ao-mundo (être-ou-monde), cultura e outros indivíduos (Josgrilberg, 2020), é vista na no ambiente da IES (Corrêa & Mourão, 2025). O pensamento criativo é entendido como "Processos mentais que levam a uma nova invenção, solução ou síntese em qualquer área". (Pensamento Criativo, 2018). Ademais, existem caminhos com inovação para a sustentabilidade.

Metodologia

A metodologia adotada foi pesquisa qualitativa com técnicas de análise de investigação próprias. O propósito da pesquisa busca atender a duas investigações: a melhoria da prática, com a metodologia de pesquisa-ação (Tripp, 2005) e a teorização, com abordagem abdução (Magnani & Gioia, 2023). Enquanto a pesquisa-ação busca a melhoria da prática, por um processo cíclico de investigação e ação focado na resolução de problemas práticos, a abordagem abdução baseia-se em um processo analítico interativo de comparação entre a teoria e dados empíricos.

Análise e Discussão dos Resultados

Apresentamos neste estudo os resultados preliminares da constituição de um serviço de documentação e um banco de dados, considerando as complexidades do estudo da criatividade e inovação na IES (Aranha & Campana, 2023; Magnani & Gioia, 2023). Foram utilizadas a técnica de análise temática e categorial (Bardin, 2016), dividindo o texto em unidades em planilha Excel e com o apoio do software ATLAS Ti, com análise pareada (Eisenhardt, 1989).

Considerações Finais

Concluímos que identificamos dois tipos distintos de percepções que se relacionam com essa autopercepção da criatividade: a percepção de liberdade e a percepção da diferença. Isso ajuda a explicar como os atores liberam a autopercepção da criatividade e como alguns ambientes educacionais de IES são percebidos como mais criativos e inovadores. Os três elementos aparecem relacionados e liberam os possíveis caminhos percebidos pelos atores para a inovação. Ademais, foram percebidos resultados de inovação para a sustentabilidade.

Referências

Fórum Econômico Mundial. (2025). Relatório sobre o Futuro dos Empregos 2025. <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2025/> Josgrilberg, F. B. (2020). (In) definições criativas: a criatividade e o ser-ao-mundo. Revista Trama Interdisciplinar, 11(1), 197-209. Magnani, G., & Gioia, D. (2023). Usando a Metodologia Gioia em pesquisas sobre negócios internacionais e empreendedorismo. Revista de Negócios Internacionais, 32(2), 102097. <https://doi.org/10.1016/J.IBUSREV.2022.102097>

Palavras Chave

pensamento criativo, criatividade, escola de ensino superior

Agradecimento a órgão de fomento

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), Fundação Getúlio Vargas e Programa de Pós-graduação de Administração da Universidade de São Paulo (PPGA-FEA/USP).

PENSAMENTO CRIATIVO NO ENSINO SUPERIOR: ESTUDO DE CASO EM DISCIPLINA ELETIVA DE IMERSÃO PARA CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO

INTRODUÇÃO

Criatividade e inovação são centrais para estratégias organizacionais e educacionais refletido no aumento da demanda por profissionais criativos. Essas competências ganharam destaque nas instituições de ensino superior (IES), mas enfrenta desafios envolvendo a promoção do pensamento criativo. Este artigo apresenta o caso da disciplina eletiva "Imersão em Criatividade e Inovação", oferecida por 7 semestres em uma IES de administração. O objetivo foi investigar como docentes/pesquisadores percebem a relação entre criatividade e inovação neste contexto, contribuindo para a reflexão e aprimoramento pedagógico nas IES.

PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETIVO

Diante do aumento da demanda por profissionais criativos, o fenômeno da criatividade é estudado. Criatividade e inovação são competências que ganharam destaque nas IES. No entanto, diversos fatores impactam sua expressão, como resistência discente, estrutura organizacional, atributos docentes e práticas pedagógicas. O objetivo deste estudo foi investigar como docentes e pesquisadores percebem a relação entre criatividade e inovação no contexto de uma disciplina eletiva de imersão, contribuindo para a reflexão e aprimoramento de práticas pedagógicas voltadas à criatividade.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A criatividade e pensamento criativo são vistos como habilidade central para o futuro do trabalho e para a resolução de problemas (Fórum Econômico Mundial, 2025). Nas dimensões sociais do ato criativo individual como experiências do ser-ao-mundo (*être-ou-monde*), cultura e outros indivíduos (Josgrilberg, 2020), é vista na no ambiente da IES (Corrêa & Mourão, 2025). O pensamento criativo é entendido como “Processos mentais que levam a uma nova invenção, solução ou síntese em qualquer área”. (Pensamento Criativo, 2018). Ademais, existem caminhos com inovação para a sustentabilidade.

METODOLOGIA

A metodologia adotada foi pesquisa qualitativa com técnicas de análise de investigação próprias. O propósito da pesquisa busca atender a duas investigações: a melhoria da prática, com a metodologia de pesquisa-ação (Tripp, 2005) e a teorização, com abordagem abductiva (Magnani & Gioia, 2023). Enquanto a pesquisa-ação busca a melhoria da prática, por um processo cíclico de investigação e ação focado na resolução de problemas práticos, a abordagem abductiva baseia-se em um processo analítico interativo de comparação entre a teoria e dados empíricos.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Apresentamos neste estudo os resultados preliminares da constituição de um serviço de documentação e um banco de dados, considerando as complexidades do estudo da criatividade e inovação na IES (Aranha & Campana, 2023; Magnani & Gioia, 2023). Foram utilizadas a técnica de análise temática e categorial (Bardin, 2016), dividindo o texto em

unidades em planilha Excel e com o apoio do software ATLAS Ti, com análise pareada (Eisenhardt, 1989).

CONCLUSÕES FINAIS

Concluimos que identificamos dois tipos distintos de percepções que se relacionam com essa autopercepção da criatividade: a percepção de liberdade e a percepção da diferença. Isso ajuda a explicar como os atores liberam a autopercepção da criatividade e como alguns ambientes educacionais de IES são percebidos como mais criativos e inovadores. Os três elementos aparecem relacionados e liberam os possíveis caminhos percebidos pelos atores para a inovação. Ademais, foram percebidos resultados de inovação para a sustentabilidade.

CONTRIBUIÇÃO/IMPACTO

Como contribuição teórica, o presente estudo contribui para a literatura de criatividade ao enriquecer o conceito de autopercepção da criatividade relacionando com IES. O estudo introduz elementos adicionais para a compreensão do processo criativo. Também foram mostradas as relações de autopercepção da criatividade para a inovação. Oferecemos os resultados para futuras reflexões para expandir com produtos e resultados para a sustentabilidade. Como impacto, apresentaremos futuramente um produto técnico tecnológico (PTT) resultado da disciplina, focado na entrega de dois grupos orientados em inovação para a sustentabilidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aranha, F., & Campana, C. (2023). *APRENDIZAGEM EXPERIENCIAL EM GRUPO: UM GUIA TEÓRICO E PRÁTICO PARA O ENSINO SUPERIOR ED. 1*. Editora FGV.
- ATLAS.ti Scientific Software Development GmbH. (2023). ATLAS.ti Mac (version 23.2.1) [Qualitative data analysis software]. <https://atlasti.com>
- Bardin, L. (2016). *Análise de Conteúdo*. Edições 70.
- Corrêa, R., & Mourão, L. (2025). Criatividade no ensino superior: uma revisão sistemática da literatura sobre criatividade no ensino superior. *Revista Internacional de Pesquisa Educacional*, 132, 102613. <https://doi.org/10.1016/J.IJER.2025.102613>
- Eisenhardt, K. M. (1989). Construindo Teorias a partir de Estudos de Caso. *A Academia de Revisão de Gestão*, 14(4), 532. <https://doi.org/10.2307/258557>
- Fórum Econômico Mundial. (2025). *Relatório sobre o Futuro dos Empregos 2025*. <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2025/>
- Josgrilberg, F. B. (2020). (In) definições criativas: a criatividade e o ser-ao-mundo. *Revista Trama Interdisciplinar*, 11(1), 197-209.

Josgrilberg, F. B., & Hashiba, L. (2024). Diversity is not inclusion: a four-dimensional approach to corporate creative-intensive ecosystems. *Creativity Studies*, 17(2), 407-418.

Magnani, G., & Gioia, D. (2023). Usando a Metodologia Gioia em pesquisas sobre negócios internacionais e empreendedorismo. *Revista de Negócios Internacionais*, 32(2), 102097. <https://doi.org/10.1016/J.IBUSREV.2022.102097>

Manual de Oslo (A Medição das Atividades Científicas, Tecnológicas e de Inovação). (2018). OCDE. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-EN>

Pensamento Criativo. (2018). Em *Dicionário APA de Psicologia*. <https://dictionary.apa.org/creative-thinking>

Tripp, D. (2005). Pesquisa-ação: uma introdução metodológica.