



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas

Departamento de Administração

PEDRO FRANCISCO DANTAS DA ROCHA

**ANÁLISE SOBRE O CLIMA CRIATIVO: A percepção dos
alunos de Administração da UnB durante a pandemia.**

BRASÍLIA

2022

PEDRO FRANCISCO DANTAS DA ROCHA

**ANÁLISE SOBRE O CLIMA CRIATIVO: A percepção dos
alunos de Administração da UnB durante a pandemia.**

Monografia apresentada ao
Departamento de Administração como
requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Administração.

Professora Orientadora: Professora Dra,
Siegrid Guillaumon Dechandt.

BRASÍLIA

2022

PEDRO FRANCISCO DANTAS DA ROCHA

**ANÁLISE SOBRE O CLIMA CRIATIVO: A percepção dos
alunos de Administração da UnB durante a pandemia.**

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília do (a) aluno (a)

Pedro Francisco Dantas da Rocha

Doutora, Siegrid Guillaumon Dechandt
Professora-Orientadora

Doutora, Silvia Araújo dos Reis,
Professora-Examinadora

Doutora, Andreia Barros
Professora-Examinadora

Brasília, 05 de Abril de 2022

AGRADECIMENTOS

Gostaria primeiramente de agradecer a Deus, por me guiar nos momentos mais difíceis, sendo a minha luz e fortaleza.

Aos meus pais, Sr. Jerônimo e Sr.^a. Maria do Rosário, por todos os conselhos, incentivo, pelos sacrifícios e amor, e por sempre me ensinaram a importância da educação na minha vida, sendo vocês a minha inspiração de perseverança e resiliência neste mundo. Agradeço à minha irmã Paula por toda a ajuda e ser por minha companheira nesta etapa e a Diana por sempre estar ao meu lado.

À minha orientadora, Siegrid Guillaumon, por toda a paciência, dedicação e conhecimento. Por fazer desta fase a mais agradável possível, sendo um exemplo de pessoa e de professora comprometida com o futuro acadêmico de nosso país.

À todas as amigas formadas durante minha formação, que compartilharam um pouco de suas experiências, pois me ajudaram desenvolver e crescer como ser humano.

Por fim, a todas as pessoas que responderam à pesquisa aplicada neste trabalho, contribuindo para que fosse realizado.

“...não vos conformeis com este século, mas transformai-vos pela renovação da vossa mente...”
(Bíblia, Romanos, capítulo 12, parte do verso 2)

RESUMO

Este presente trabalho refere-se a uma pesquisa sobre a percepção dos alunos do curso de administração da universidade de Brasília sobre o clima criativo presente nas aulas remotas durante o período pandêmico, focando no levantamento e análise dos fatores que favorece o desenvolvimento da criatividade durante este período. Foi realizada uma pesquisa de abordagem quantitativa, utilizando como instrumento de coleta, a escala validada sobre o “Clima para Criatividade em Sala de Aula” elaborada Denise de Souza Fleith (2005), no qual faz o uso da escala *Likert* com 5 (cinco) pontos para a análise de 5 fatores principais, sendo: Suporte dos Professores à Expressão de Ideias do Aluno, Auto percepção do Aluno com Relação à Criatividade, Interesse do Aluno pela Aprendizagem, Autonomia do Aluno, Estímulos dos Professores à Produção de Ideias do Aluno. Os resultados ao final sugerem que existe um clima criativo positivo e diversos fatores que favorece o desenvolvimento da criatividade, além de sugerir possíveis melhorias que possam resultar em um melhor ambiente educacional favorável a geração de pessoas mais criativas.

Palavras-chave: Clima criativo; Ambiente educacional; Pandemia.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Itens que integram o fator 1:.....	13
Tabela 2 – Itens que integram o fator 2:.....	15
Tabela 3 – Itens que integram o fator 3:.....	16
Tabela 4 – Itens que integram o fator 4:.....	18
Tabela 5 – Itens que integram o fator 5:.....	20

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Fatores Criativos.....	11
-----------------------------------	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADM – Administração

CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

MEC – Ministério da Educação

RUF – Ranking Universitário Folha

UnB – Universidade de Brasília

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	1
1.1	Contextualização	1
1.2	Formulação do problema.....	2
1.3	Objetivo Geral	2
1.4	Objetivos Específicos	2
1.5	Justificativa.....	3
2	REVISÃO TEÓRICA.....	4
2.1	Criatividade	4
2.2	Clima Criativo	6
2.3	Fatores do Clima Criativo	7
3	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA	9
3.1	Tipologia e descrição geral dos métodos de pesquisa	9
3.2	Caracterização do Curso de Administração da Universidade de Brasília	9
3.3	Caracterização e descrição dos instrumentos de pesquisa.....	10
3.4	Participantes da pesquisa.....	11
3.5	Procedimentos de coleta e de análise de dados	12
4	RESULTADO E DISCUSSÃO.....	13
4.1	Suporte dos Professores à Expressão de Ideias do Aluno.....	13
4.2	Auto percepção do Aluno com Relação à Criatividade... ..	15
4.3	Interesse do Aluno pela Aprendizagem.....	16
4.4	Autonomia do Aluno.....	18
4.5	Estímulos dos Professores à Produção de Ideias do Aluno.....	20
5	CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÃO	21
	REFERÊNCIA	23
	APÊNDICES	25

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo a percepção do clima criativo dos alunos do curso de administração da Universidade de Brasília durante o período pandêmico do Covid-19.

De acordo com Albuquerque (2020) no início do ano de 2020, ocorreu uma mudança drástica no cotidiano da sociedade brasileira e nas demais nações mundiais com a confirmação de uma pandemia mundial causada pelo vírus Sars-Cov-2. Grande parte da massa foi obrigada a adotar métodos sanitários, mudanças sociais e regras de convivências novas, para tentar ocasionar a diminuição dos níveis de contágio e conseqüentemente a contenção das possíveis mortes causada pela enfermidade (MACHADO, 2020).

O fechamento de ambientes que tinham a circulação de grandes números de pessoas foi necessário durante esse período (SANTOS, 2021). Portanto, locais como escolas, faculdades e universidades tiveram que parar as suas atividades e buscar novos métodos de ensino para poder continuar com os planos educacionais estabelecidos anualmente, para assim evitar possíveis atrasos na continuidade dos estudos dos alunos.

Diante disso, a procura por meios tecnológicos se tornou a alternativa e solução deste novo dilema educacional, sendo o sistema de videoconferência o mais eficiente na proposta de solução deste gap educacional. Mas, em contrapartida, com o afastamento social das pessoas, a baixa interação dos alunos e o ambiente novo de aprendizado, que era desconhecido para algumas pessoas, criou-se uma situação nova para o desenvolvimento do clima criativo.

Autores como Alencar e Fleith (2003, 2008) e Virgolim (2007), relatam que a criatividade tem uma grande importância neste momento atípico, pois em momentos em que a sociedade está passando por diversas mudanças e cercado de grande incerteza no setor econômico, político e social, a criatividade é uma forma de enfrentar e solucionar os principais problemas do período atual.

1.1 Contextualização

A partir dos novos meios de ensino, os dilemas que interferem no clima criativo implantado no ensino remoto, por ser uma situação recente que ainda é complexa em sua compreensão, surgem alguns questionamentos para serem observados: Quais as dificuldades para o desenvolvimento da criatividade nesse novo modelo de ensino? Quais são os pontos principais para o aumento do clima criativo?

Por meio de análise de texto e aplicação de pesquisa para uma percepção da criatividade durante este período, será abordado nesta monografia um diagnóstico da universidade, para a geração de conhecimento e aprimoramento dos novos métodos de ensino em relação ao clima criativo.

1.2 Formulação do problema

Como o uso de novos métodos de ensino remotos introduzidos no período pandêmico contribuem para o clima criativo dos alunos de ensino superior do curso de Administração na Universidade de Brasília?

1.3 Objetivos gerais

Verificar o desenvolvimento da criatividade dos alunos e analisar o clima criativo dos alunos de administração no decorrer das aulas remotas realizadas durante o período pandêmico.

1.4 Objetivos específicos

- Analisar o suporte do professor para o incentivo e recepção das ideias dos alunos;
- Perceber a percepção do aluno sobre o nível criatividade;
- Avaliar o interesse dos alunos pelo aprendizado;
- Verificar a autonomia do aluno em relação aos traços de personalidade sobre criação;
- Explorar os estímulos do professor a aceitação do aluno sobre as ideias criativas desenvolvidas.

1.5 Justificativa.

Este trabalho será produzido com a intensão de auxiliar os professores e alunos de curso superior de administração durante essa nova etapa de ensino a distância, além dos demais leitores que demonstrarem interesse por este tema, ajudando a compreender o clima criativo por meio de uma análise e gerar conhecimento para o desenvolvimento de possíveis melhorias nos moldes no ensino remoto, não empregada anteriormente pela Universidade de Brasília.

Assim, por ser o fenômeno pandêmico o causador do estudo ainda recente, é possível observar um número baixo de trabalho científico publicado. Desta forma, esta monografia poder ser útil para o levantamento e ciência da instituição acadêmica da real situação do estudante do curso, além de ser parâmetro para demais instituições.

2 REVISÃO TEÓRICA

2.1 Criatividade

O ser humano tem buscado estudar e compreender a criatividade a muito tempo, sendo o campo da psicologia um dos primeiros a gerar teorias e modelos para o entendimento desse processo, de forma a destacar o sujeito homem como o principal caminho de compreender o processo de criatividade (VIRGOLIM, 2007).

Segundo Virgolim (2007) em seu livro *Talento Criativo*, que ressalta a concepção analisada por Vygotsky, que junto com sua percepção que o ser humano possui funções superiores nas quais a criatividade está incluída, determina que o fator criativo está entrelaçado com o contexto cultural. Desta forma: “O domínio sócio-histórico-cultural passa a ser o palco de onde surge a criatividade, a partir da interação entre o sujeito e o meio, proporcionada pelas linhas do desenvolvimento e da aprendizagem” (VIRGOLIM, 2007, p.71).

A partir disso, ao tentar buscar uma definição, percebe que existe uma variedade grande de termos e significados que tentam definir ou relatam em alguns casos o uso de sinônimos como uma forma de determinar o que é criatividade. (LIBORIO, 2009, p.18). E até mesmo, tentam relacionar de forma errônea como capacidade intelectual, como foi anunciado por Csikszentmihalyi (1996, p.11) ao qual define com algo construído socialmente, sem ser de aspecto individual.

Então a partir da metade do século 20, os estudos sobre criatividade começaram a se intensificar e por volta dos anos 80 começou a ser estudada com vista para duas áreas de estudo, sendo o nível social de criatividade e o nível individualista. (STERBERG E LUBART, 1999).

Segundo Santos e Fleith (2015), apesar de não ter uma definição definitiva de criatividade, a grande maioria dos estudiosos deste campo de estudo concordam que o conceito está ligado à necessidade do surgimento de algo novo, que é visto como benéfico¹ e vantajoso para as pessoas. (ALENCAR E FLEITH, 2009; AMABILE, 1989; 1996; 2012; CSIKSZENTMIHALYI, 1996; STEIN, 1974)

¹ Mas o desenvolvimento da criatividade pode ser usado para uso maléfico, como desenvolvimento de comportamentos desonestos, contribuindo para o aumento da corrupção. E a criação de ideias criativas individualistas, que resultam não apenas no benefício pessoal.

Autores como Furtado (2008), descreve que o fator de criatividade é algo fundamental para a transformação social, sendo um elemento que encoraja estas modificações, principalmente em períodos de grande dificuldade e que necessitem de alternativas rápidas, além de conduzir ao progresso da humanidade, principalmente no setor econômico.

“Os impulsos essenciais do homem, gerados pela Necessidade de auto identificar-se e situar-se no universo – impulsos que são a matriz da atividade criativa, como a reflexão filosófica, a meditação mística, a invenção artística e a pesquisa científica básica –, foram de uma forma ou de outra subordinados ao processo de transformação do mundo físico” (FURTADO,2012, p,298.)

Faria e Alencar (1996) mencionando Sternberg e Lubart (1999) em sua obra, demonstram que o ambiente possui uma grande importância ao falar que: “O indivíduo precisa de um ambiente que encoraje e reconheça suas ideias criativas. O indivíduo pode ter todas as condições internas necessárias ao desenvolvimento do pensamento criativo, mas sem o estímulo do ambiente, sua criatividade nunca se manifestará” (FARIA E ALENCAR, 2006, p. 11).

A criatividade tem cada vez mais espaço como uma ferramenta para o desenvolvimento e evolução das áreas econômicas e sociais de diversas sociedades, desde que se tenha o uso estratégico e oportunidade de um ambiente favorável para o seu progresso (SAWYER, 2012; WECHSLER E SOUZA, 2011).

Com a mentalidade de desenvolvimento da criatividade relacionada ao ambiente, Alencar (2002) colabora neste contexto alegando dois pontos que podem promover a criatividade e demonstrar a sua importância dentro de um ambiente educacional sendo eles:

- 1- A promoção de experiências voltadas para a prática do incentivo da criatividade por meio do bem estar emocional, que resulta em um aumento da qualidade de vida;
- 2 - Ajuda para a criação de um profissional completo, pós a criatividade se torna um método de enfrentar os problemas e dificuldade se ergue nos tempos atuais.

Sendo assim, nota-se que houve uma maior procura e aumento da relevância deste tema por parte de pesquisadores e estudiosos cujo objetivo era o de estudar os ambientes e sua influência sobre o potencial criativo existente em lugares que

propunham uma restrição ou uma expansão no desenvolvimento das pessoas. (ALENCAR & FLEITH, 2004; AMABILE, 1989; MARTINÉZ, 2002; STERLING, 2003)

2.2 Clima Criativo

Considerando a criatividade uma característica intrínseca dos seres humanos, sendo possível sua aplicação em vários campos do aprendizado, é evidente que existem ramos de estudo como as artes cênicas ou musicais, ou ainda setores de inovação e empreendedorismo, em que a atuação da criatividade é mais evidente e predominante, sendo perceptível em níveis diferentes. (VIRGOLIM, 2007)

Portanto, as pesquisas realizadas sobre criatividade demonstram que existem fatores que são responsáveis por esses diversos níveis criativos (FARIA E ALENCAR, 1996). Desta maneira, sabendo da existência de aspecto externo que influencia para a criação de um clima criativo, Virgolim (2007) enumera 3 fatores, relatando que:

“O primeiro diz respeito e algumas características pessoais comumente apresentadas por cientistas. O segundo estaria relacionado às características da sociedade, incluindo: o clima sociocultural, os valores e as condições de trabalhos, dimensões estas do ambiente que podem tanto facilitar como obstruir a produção criativa, Finalmente, um terceiro aspecto também relevante são os conjuntos de fatores nos primeiros anos da individuo em termos de influência da família e da escola”. (VIRGOLIM, 2007, p. 34)

Em vista disso, Alencar e Fleith (2005) refletem sobre a obra de Csikszentmihalyi (1999), que evidencia que para conseguir alavancar ideias criativas de relevância para a sociedade, é preciso desenvolver e focar mais nas pessoas e nos campos de domínios que podem gerar contribuição, sendo que para o desenvolvimento e geração desse conhecimento, é necessário um ambiente que possibilite a criatividade.

Assim, Alencar e Fleith (2005, p.86) pontuam o treinamento, recursos, conhecimento e recompensa como responsáveis pela influência no campo da criatividade, ressaltando a importância da evidência desses princípios:

“Uma sociedade que efetivamente promove oportunidades de desenvolvimento das habilidades estará contribuindo para o progresso de talentos criativos. Recursos são também indispensáveis para que a criatividade floresça. É importante ainda que o potencial e interesse dos jovens sejam reconhecidos por um membro mais experiente d campo. Neste sentido, o papel do mentor é o de encorajar o jovem a continuar trabalhando em uma área do conhecimento ou domínio”. (ALENCAR e FLEITH, 2005, p.86)

Dentro da mesma obra, Amabile (1989), leva em consideração as interações de três habilidades como responsáveis pelo desenvolvimento da criatividade, sendo: técnica e motivação intrínseca, habilidade do domínio e habilidade de pensamento criativo. Ela cita que: “embora os componentes desse modelo sejam de natureza intrapessoal, o ambiente tem um papel importante no desenvolvimento da criatividade. Ele tem influência em cada componente e no processo total.”(AMABILE, 1989)

2.3 Fatores do Clima Criativo

Para a obtenção de um local que possua um clima de desenvolvimento, que incite o potencial criativo, necessita-se de ambiente equilibrado, harmonioso e incentivador (ALENCAR E FLEITH, 2010),

Tais fatores são observado por Alencar (2005) na qual reúne em seu trabalho a percepção de diversos autores indicando aspectos que ofereçam um ambiente favorável para o clima criativo.

Sternberg (2003) indica entre os seus principais pontos, um ambiente educacional que possua um local aonde haja um tempo determinado para o desenvolvimento do pensamento criativo, o uso de modelos de recompensa que incentivam o processo criativo, o favorecimento de um ambiente que possa encorajar os alunos a correrem riscos e que possam se sentir acolhidos quando errarem, além de possibilitar a inovação e uma nova forma de solução de problemas.

Amabile (1996) descreve que em um ambiente educacional com permanência da criatividade, possui uma resposta construtiva e com relevância em termos de produtos e soluções criativas geradas; conduz as pessoas para a autoavaliação por meios dos próprios erros; gera possibilidades de escolhas; e gera um local harmonioso entre alunos criando um sistema de apoio entre os discentes.

E por fim, Alencar (1990) e Fleith (2002) classificam pontos que são vitais para a criatividade em um ambiente de ensino, sendo os principais: a proteção de críticas ruins e desconstrutivas, desenvolver nos discentes a capacidade de analisar no aspecto de alternativas, alterações e possíveis consequências das próprias visões e soluções propostas, além de desenvolver soluções para o mundo real e criar ideias originais.

Portanto, existir tais fatores em um local educacional que desfrute destes pontos para os discentes, favorece a um grau elevado de criatividade. Alencar (1997), Collares,

Dias e Julião (1993) realizaram um estudo dentre dos graus de ensino médio e universitário comprovando o baixo incentivo da criatividade de acordo os estudantes.

Um estudo realizado por Alencar, Fleith e Martinez (2003), no qual realizaram uma análise entre os universitários brasileiros e mexicanos, concluíram que a ausência de oportunidade e o pouco tempo que possuíam para a realização das atividades eram os principais obstáculos a criatividade. Além disto, foi verificado uma diferença entre os homens e as mulheres em relação aos níveis de insegurança, além de um maior nível de timidez por parte das mulheres. No âmbito geral, os resultados indicarem uma maior falta de motivação por maioria dos mexicanos, sendo o empecilho mais recorrente no dia a dia dos jovens no México em relação ao cotidiano dos brasileiros.

Desta forma, levando em consideração a realidade dos universitários no Brasil, Alencar e Fleith (2010) ponderam sobre os pensamentos de Jackson (2006) que:

“Embora muitas vezes se espere que os estudantes sejam criativos, a criatividade raramente é incluída nos planos de disciplinas como um objetivo explícito a ser alcançado no decorrer do curso. A grande maioria dos professores universitários desconhece o que vem sendo pesquisado a respeito de criatividade, o que dificulta a organização de programas e ambientes de aprendizagem, ensino e avaliação.” (JACKSON,2006, p.7)

Sendo assim, apesar da importância do desenvolvimento das habilidades da criatividade e do crucial incentivo aos fatores criativos dentro da sala de aula levantadas por diversos estudiosos (Alencar e Fleith, 2010), é perceptível a dificuldade de encontrar estudos profundos sobre os fatores criativos e as suas características e alterações diante as diversas situações enfrentadas pela sociedade durante períodos específicos de crises econômicos, políticas ou sanitárias.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

3.1 Tipologia e descrição geral dos métodos de pesquisa

Esse trabalho é uma pesquisa de caráter exploratório, com uma abordagem quantitativa. A pesquisa de caráter exploratório consiste em examinar um tema ou problema de pesquisa, com o objetivo de se familiarizar com o fenômeno e obter mais conteúdo a respeito dele.

A pesquisa apresentada é um estudo de abordagem quantitativa, na qual de acordo com Gerhardt e Silveira (2009), fazendo referência ao esclarecimento de Fonseca (2002, p.20), visa verificar um fenômeno por meio de uma amostra que representa uma parcela populacional, como intuito de convergir a partir de uma análise matemática e estatística os resultado e informações orbitados pelos métodos de coletas de dados, para que posteriormente , seja compreendida por intermédio de observações matemáticas.

3.2 Caracterização do Curso de Administração da Universidade de Brasília

O curso de administração teve seu início com a fundação da Universidade de Brasília em 1962, mas sendo apenas reconhecido no ano de 1969. Atualmente, o curso possui a permanência mínima de 8 semestres a no máximo de 16 semestres, com uma carga de 3000 horas obrigatórias, possuindo em seu currículo 29 matérias obrigatórias e 113 optativas, que engloba os seis principais eixos temáticos, sendo ele: Finanças, Administração Públicas e Gestão Social, Gestão de Pessoas, Estratégia e Inovação, Produção, logística e Gestão da informação e Marketing. Sendo reconhecido pelo MEC, com a avaliação de nota 5 (nota máxima) conseguindo estar entre os dez melhores cursos de administração de empresas do país, de acordo com o ranking da RUF (2019).

O curso pertence desde 2003 ao departamento de administração, integrado à Faculdade de Administração, Ciências Contábeis, Economia e Gestão Pública. Possuindo em seu total o número de 1.091 alunos matriculados no período 2/2019 dividido entre o turno diurno e noturno, se caracterizando como um dos maiores contingentes de discente da Universidade de Brasília.

3.3 Caracterização e descrição dos instrumentos de pesquisa

Conforme debatido por Silveira e Gerhardt (2009), a pesquisa quantitativa tem como ideia e direção o “positivismo”, possuindo a análise de grande quantidade de dados como a compreensão da realidade a ser observada, de forma a buscar por meio estatístico a interpretação e verificação do fenômeno a estudar.

Portanto, foi realizada a coleta dos dados e informações pretendidas para este trabalho, por meio de um questionário dividido em duas partes, sendo a primeira para buscar dados gerais sobre os participantes, como: a idade, gênero, semestre e o nível de conhecimento sobre criatividade.

A segunda parte foi um questionário respaldado pela versão de Fleith e Alencar (2005) denominado “Escala sobre o Clima para a Criatividade em Sala de Aula”, que teve sua criação inicial para estudantes da 3ª e 4ª séries do ensino fundamental, mas foi posteriormente adaptado para os estudantes de administração da Universidade de Brasília, com o objetivo de levantar informações sobre o clima criativo durante o período pandêmico a partir de 2020. Apesar do questionário originalmente ser direcionado para determinar o clima criativo em outro nível acadêmico, a escala possui pontos fundamentais para a medição de características dos fatores criativos existente em todas as etapas do ensino escolar de um aluno, portanto, mostrou-se adequada para alcançar os objetivos propostos pela pesquisa.

A escala possui um total de 22 afirmativas com a distribuição das respostas a serem escolhida por meio da escala *Likert* de 5 pontos com variação de 1 a 5, com a organização distribuída em cinco fatores, sendo definidas por Fleith e Alencar (2005) em seu artigo de validação da escala como:

Quadro 1

Fatores criativos composto na escala

<ul style="list-style-type: none"> • O fator 1, denominado Suporte dos Professores à Expressão de Ideias do Aluno, inclui cinco itens relativos ao apoio que os professores fornecem ao aluno para manifestar sua opinião, gerando um clima de respeito às ideias apresentadas pelos alunos, contribuindo para que o aluno se sinta seguro em manifestar suas ideias em sala de aula.
<ul style="list-style-type: none"> • O fator 2, Auto percepção do Aluno com Relação à Criatividade, inclui quatro itens que dizem respeito à imagem que o aluno tem de si mesmo em relação ao seu nível de criatividade.
<ul style="list-style-type: none"> • O fator 3, denominado Interesse do Aluno pela Aprendizagem, engloba seis itens relativos ao envolvimento do aluno com o trabalho escolar.
<ul style="list-style-type: none"> • O fator 4, Autonomia do Aluno, inclui quatro itens que dizem respeito a um traço de personalidade do aluno associado à criatividade.
<ul style="list-style-type: none"> • O fator 5, Estímulos dos Professores à Produção de Ideias do Aluno, inclui três itens relativos à postura de incentivo e aceitação por parte dos professores às ideias geradas pelos alunos.

Fonte: Fleith e Alencar (2005)

3.4 Participantes da pesquisa

Os participantes foram os alunos de administração (UnB) que somam 1.091 distribuídos nos turnos noturnos e integrais, matriculados regularmente no período letivo 2/2019, que tenham participado das atividades acadêmicas durante os semestres em que as fases do plano acadêmico educacional instituído durante a fase pandêmica estavam em vigor.

Assim, os dados que foram coletados pelo levantamento, foram primeiramente analisados por moda e a porcentagem, de acordo com cada ponto respondido na escala *Likert* em relação as afirmativas, e posteriormente foi realizado a somatória dos itens 4 e 5 para verificar o grau de concordância positiva de cada afirmativa. Também foi realizado o mesmo processo nos itens 1 e 2 para a averiguação do grau de discordância, para assim identificar a existência do fator e conseqüentemente o clima criativo.

Foram obtidas uma quantidade de 122 questionários respondidos, sendo que 70,2% dos respondentes está cursando entre o quarto e sétimo semestre do curso, e o restante distribuídos entre os demais semestre, sendo o máximo estabelecido pelas normas do departamento de 16 semestres para a conclusão do curso.

Em relação às idades, 71,2% do total das pessoas possuem entre 21 e 25 anos. Em relação aos gêneros, existem um equilíbrio entre os participantes, sendo 49,5% homens e 45,3% mulheres, no qual apenas 4,9% preferiu não responder.

E dentre os respondentes, 71% já cursaram ou realizaram cursos relacionados com criatividade. Possuindo assim, algum nível de conhecimento sobre o campo da criatividade.

3.5 Procedimentos de coleta e de análise de dados.

O recolhimento das informações se deu por meio da disponibilidade de um questionário online, realizado pelo Google *Forms*, divulgado por grupos digitais e *sites* do departamento, no qual ficou disponível por um período de tempo de 29 dias entre os dias 21 de fevereiro de 2022 à 21 de março de 2022.

Posteriormente, foram realizadas as análises dos dados com a criação de planilhas que pudessem ajudar a interpretar as informações recebidas. Criaram-se dados de porcentagens e somatórias, para a alimentação de tabelas de distribuição de frequência relativa.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os cinco fatores medidos pelo instrumento utilizados neste estudo, avaliam comportamentos dos professores que são favoráveis à expressão criativa, bem como, características do aluno associadas à criatividade. É válido ressaltar que, os fatores da escala incluem aspectos tanto individuais como também ambientais.

Para a pesquisa, o levantamento foi estabelecido sobre a escala *Likert*, na qual utilizou-se uma escala de frequência de cinco pontos: (1) nunca, (2) raramente, (3) algumas vezes, (4) muitas vezes e (5) sempre. Considerando como percepção negativa os critérios resultantes da soma em 1 e 2, percepção neutra os resultantes em 3, e percepção positiva os resultantes da soma de 4 e 5.

Assim, buscando atender ao objetivo específico, encontra-se uma análise detalhada das afirmativas de um a vinte dois, contendo os cinco fatores que estão relacionados a perspectiva da criatividade do aluno no curso.

4.1 Suportes dos professores à expressão de ideias do aluno

Tabela 1 - Itens que integram o fator 1

	1	2	3	4	5
1 Os professores dão atenção às minhas ideias	0,9%	1,8%	14,3%	63,4%	19,6%
2 Os professores se importam com o que eu tenho a dizer.	0,9%	0,9%	12,5%	50,0%	35,7%
3 Minhas ideias são bem-vindas.	0,9%	0,9%	13,4%	45,5%	39,3%
4 Os professores me dão tempo suficiente para pensar sobre um problema ou solução hipotética que eu tenho que descrever.	0,9%	4,5%	25,0%	52,7%	17,0%
5 Eu tenho chance de participar de várias atividades	0,0%	1,8%	18,8%	58,0%	21,4%

Fonte: Dados da pesquisa (ROCHA, Pedro Francisco Dantas, 2021)

Os dados da afirmativa 1 sobre a atenção dos professores em relação as ideias apresentadas, indicam uma moda de 4, sendo um percentual de 63,4% dos resultados; 19,6% responderam sempre; 14,3% responderam algumas vezes, 1,8% raramente e apenas 0,9% nunca. Ainda, nota-se um elevado grau de concordância, sendo a somatória dos pontos 4 e 5 equivalentes a 83% dos participantes, indicando uma aceitação por grande parte dos professores em relação à perspectiva dos alunos sobre a atenção dada aos professores em relação as ideias apresentadas.

Quanto a afirmativa 2, os dados indicam novamente uma moda no grupo de respondentes igual a 4, referente a 50,0% dos participantes; enquanto 35,7% concordaram com sempre; 14,3% concordam que “algumas vezes”; 0,9% responderam “raramente”; sendo também a mesma porcentagem de 0,9% dos participantes que relataram “nunca”, sobre a importância do que os alunos têm a dizer. Verificou-se portanto, um percentual concordante nesta afirmativa com 85,7%, resultando em grande grau de perspectiva positiva.

Em sequência, na afirmativa 3, a moda encontrada no grupo de interesse foi 4; 45,5% dos respondentes afirmam que “muitas vezes” as ideias são bem vindas; sendo que 39,3% concordam que “sempre”, enquanto 13,4% se mantiveram neutro e 0,9% responderam “raramente” e “nunca” em ambos os pontos. Na somatória dos itens 4 e 5, se tem 84,8% de concordância na afirmativa.

Com a afirmativa 4, a moda também foi igual a 4, revelou que 52,7% dos participantes concordam que “muitas vezes” os professores concedem tempo para os alunos pensarem nas soluções dos problemas propostos no ambiente de aula. 17,0% relatam que “sempre” e 25% concorda que apenas “as vezes” é concedido tempo suficiente; 4,5% e 0,9 responderam “raramente” e “nunca”, respectivamente. Vale ressaltar que, apesar do grau de concordância da junção dos pontos 4 e 5, eles correspondem a 69,7% do total, houve um aumento da neutralidade em relação aos anteriores, sendo o segundo mais respondido neste item.

Na afirmativa 5, a moda no grupo de respondentes se manteve em 4, sendo equivalente a 58,0% dos participantes; 21,4% responderam “sempre”; 18,8% “as vezes”; 1,8% “raramente” e não se obteve nenhuma resposta no ponto 1 que corresponde a “nunca”. Sendo 79,4% com a perspectiva positiva dentro deste item em relação a chance de participar de várias atividades propostas no ambiente de ensino.

Portanto, os dados sugerem que existe uma boa percepção dos alunos em relação ao suporte dado pelos os professores para ideias apresentadas pelos discentes. Tal fator é apontado por Sternberg (2003), que indica entre os seus principais pontos, para a existência de um clima adequado, o local deve ter um tempo determinado para o desenvolvimento do pensamento criativo, o uso de modelos de incentivo ao processo criativo de forma que favoreça um ambiente que possa encorajar os alunos a correrem risco e que possam sentirem acolhidos quando errarem, além de possibilitar a inovação e uma nova forma de solução de problemas, começando com a aceitação das ideias e dos pensamentos e soluções propostas pelos alunos.

Também é válido ressaltar que, os dados apontam para a percepção dos alunos da existência de uma grande variedade de atividades e tarefas que eles têm a chance de participar e podem condicionar ao desenvolvimento da criatividade. O que pode também evidenciar a criatividade por parte dos professores para desenvolvimento de tarefas e atividades durante este período, reforçando assim a análise realizada por Amabile (1996) que descreve que o ambiente de aula deve gerar possibilidades de escolhas.

4.2 Auto percepção do Aluno com Relação à Criatividade

Tabela 2. Itens que integram o fator 2

		1	2	3	4	5
6	Eu tenho muitas ideias.	0,9%	4,5%	25,0%	58,9%	10,7%
7	Eu me acho criativo(a).	0,9%	5,4%	28,6%	50,0%	15,2%
8	Eu uso minha imaginação.	0,9%	6,3%	27,7%	48,2%	17,0%
9	Eu sinto orgulho de mim da minha criatividade.	0,0%	5,4%	24,1%	53,6%	17,0%

Fonte: Dados da pesquisa (ROCHA, Pedro Francisco Dantas, 2021)

Conforme na afirmativa 6, a moda do grupo de respondentes foi 4, sendo 58,9% dos respondentes concordando que “quase sempre” possuem muitas ideias; 25% se mantiveram em neutralidade relatam que apenas “algumas vezes”, 10,7% “sempre”; 4,5% “raramente” e 0,9% “nunca”. Desta forma, a perspectiva se mantém positiva com a junção dos 4 e 5 que corresponde a 69,6% do total.

De acordo com a Tabela 2, a moda da afirmativa 7 foi também verificada em 4, sendo equivalente a 50,0% dos respondentes se classificando como criativos; 28,6% se mantiveram na neutralidade, 15,2% sempre se consideram criativos; 5,4% raramente e apenas 0,9% não se consideram criativos. No geral, o grau de positividade é de 65,2% com a soma das porcentagens dos itens 4 e 5.

Assim, estas duas afirmativas anteriores indicam a existência de pessoas que se identificam como criativas, coincidindo com o ponto de vista de Alencar (1990) e Fleith (2002), que estabelecem como um dos pontos principais para a existência e sustentação de um clima criativo, a autoanálise das capacidades criativas. Portanto, se um ambiente possui em geral uma grande quantidade de pessoas criativas, como consequência das alterações das próprias visões mediante as possíveis barreiras criativas, poderá gerar

assim, o surgimento das ideias originais propostas para desenvolvimento de soluções para o mundo.

Em relação a afirmativa 8, a moda do grupo de participantes encontrada foi igual a 4, equivalente a resposta “muitas vezes” com 48,2% dos respondentes indicando que a maioria dos alunos utilizam a imaginação no local de estudo; 27,7% relata que faz o uso “as vezes”; 17% “sempre”; 6,3 “raramente” e apenas 0,9% “nunca”. Com a soma dos itens 4 e 5, se teve 65% dos respondentes com concordância positividade.

A afirmativa 9 possui uma moda, também, igual a 4, sendo equivalente a 53,6% das respostas “muitas vezes”, demonstrando que os alunos sentem orgulho de suas criatividades; 17,0% responderam que “sempre”; 24,1% que apenas as “vezes”; 5,4% “raramente”; 0% “nunca”. Somando os graus positivos, se tem 70,6% da amostra da afirmativa, após a soma também dos graus negativos. A alta porcentagem positiva demonstra que os alunos têm um grau elevado de orgulho da criatividade que possuem.

4.3 Interesse do Aluno pela Aprendizagem

Tabela 3. Itens que integram o fator 3

	1	2	3	4	5
10 Eu gosto das matérias ensinadas	0,9%	5,4%	30,4%	56,3%	7,1%
11 Eu aprendo muitas coisas	0,0%	2,7%	18,8%	61,6%	17,0%
12 Eu aprendo coisas que realmente gosto	0,0%	3,6%	20,5%	54,5%	21,4%
13 Os trabalhos que faço são divertidos	5,4%	21,4%	28,6%	37,5%	7,1%
14 Quando eu começo uma tarefa, eu gosto de terminá-la	0,0%	0,9%	3,6%	31,3%	64,3%
15 Eu pesquiso em livros, internet e/ou outras fontes quando eu quero saber mais sobre um assunto.	0,0%	0,9%	1,8%	4,5%	92,9%

Fonte: Dados da pesquisa (ROCHA, Pedro Francisco Dantas, 2021)

Quanto ao interesse dos alunos em relação a percepção de gostar das matérias ensinadas descrita na afirmativa 10, a moda no grupo de interesse se manteve em 4, equivalente a 56,3% dos participantes, demonstrando que na maioria das vezes os participantes da pesquisa gostam das matérias lecionadas; 30,4% se mantiveram neutros; 7,1% responderam “sempre”; 5,4% “raramente” e 0,9% relatam que nunca gostam das matérias ensinadas. Assim, com a somas dos itens 4 e 5, resultou em uma taxa de 63,4%

de positividade neste item. É válido pontuar que, existe uma percepção neutra elevada, pois quase um terço do total das respostas obtidas demonstram que apenas “algumas vezes” os alunos realmente gostam do conteúdo ensinado.

Na afirmativa 11, a moda no grupo de estudantes se manteve em 4, equivalente a 61,6% dos alunos, concordando que aprendem muitas coisas no ambiente de ensino; 17,0% responderam que sempre aprendem; 18,8% apenas “as vezes”; 2,7% “raramente” e 0,0% “nunca”. É visto uma alta percepção positiva, tendo como análise a soma dos graus de concordância dos itens 4 e 5, que é 78,6% do total.

Da mesma forma das afirmativas anteriores, a moda no item 12 foi 4, com 54,5% dos respondentes concordando no que diz respeito a aprender coisas que realmente gostam; 21,4% relatam que sempre aprendem; 20,5% apenas “as vezes”; 3,6% “raramente” e 0,0% “nunca”. Desta forma, o grau de positividade dos itens 4 e 5 somados se mantém alto, com 75,9% dos respondentes, indicando um ensino condizente com os gostos de aprendizagem dos alunos.

Em relação a afirmativa 13, no qual faz referência aos níveis de diversão empregada nas atividades acadêmicas, apesar da moda permanecer em 4 como nos itens anteriores, com o resultado de 37,5% dos respondentes relatando que muitas vezes consideram os trabalhos divertidos; apenas 7,1% afirmam que “sempre” as atividades são animadas e 28,6% as vezes. Em contrapartida, 21,4% responderam raramente e 5,4% que nunca são divertidas. Portanto, apesar de possuir um grau de concordância positiva de 44,6% com a soma dos itens 4 e 5, a junção dos itens 1 e 2 somados possuem 26,8% dos respondentes, portanto é possível observar que os dados indicam uma determinada percepção de mesmice e uniformidade por parte dos alunos em relação as atividades que são entregues para resolução.

A afirmativa 14 indica uma moda equivalente a 5, correspondendo a 64,3% dos estudantes, com relação ao nível de interesse do aluno em terminar uma atividade que foi iniciada; 31,3% relatam que muitas vezes finalizam as atividades; 3,6% “algumas vezes”; 0,9% “raramente” e 0,0% “nunca”. Sendo assim, o nível de concordância positiva é alto, pois somando os pontos 4 e 5, obtém o resultado de 95,6% dos dados coletados dentro dessa afirmativa.

O item seguinte, está relacionado com o interesse do aluno em buscar em outras fontes os assuntos apresentados no ambiente educacional, assim a afirmativa 15, possui uma moda igual a 5, com 92,9% dos participantes da pesquisa indicando que buscam outros meios para obter informações por intermédio de pesquisas em livros, internet e

demais fontes de informação. Sendo 4,5% dos respondentes que relatam que muitas vezes fazem pesquisas para incrementar as referências apresentadas pelos professores; 1,8% disseram “algumas vezes”, 0,9% “raramente” e 0,0% “nunca”.

Pode-se observar por meio dos dados analisados neste fator, que os alunos gostam das matérias que são oferecidas pelo departamento, sendo 63,4% do total dos respondentes. Amabile (1989; 1996) descreve em seus artigos que em um ambiente educacional para a permanência da criatividade, deve possuir uma resposta construtiva as ideias e liberdade de expressar os pensamentos, gerando assim possibilidades de escolhas para os alunos.

Em contrapartida, existe uma grande variação em relação a percepção do prazer de realizar as atividades, desta forma, de acordo com o levantamento, mais de 55% dos alunos que responderam, não consideram divertidos a realização dos deveres oferecido pelos professores. Tal observação pode ser evitada a partir das recomendações de Sternberg (2003), que enfatiza o uso de modelos de recompensas para incentivar o processo criativo e assim gerar uma maior satisfação na realização dos trabalhos.

Observa-se ainda que grande maioria dos respondentes entregam e finalizam as atividades que iniciam. Desta forma, mesmo não existindo um alto nível de diversão para a realização das atividades, os resultados sinalizam que os demais fatores presentes e perceptíveis no ambiente educacional pode ser os responsáveis por incentivar a continuação e entregas das atividades, sendo portanto, um local favorável para criatividade.

4.4 Autonomia do Aluno

Tabela 4. Itens que integram o fator 4

	1	2	3	4	5
16 Eu posso escolher o que eu quero fazer.	0,9%	0,9%	7,1%	61,6%	29,5%
17 Eu fico tão envolvido(a) com as tarefas que eu não sei o que está acontecendo perto de mim.	0,0%	10,7%	33,0%	45,5%	10,7%
18 Eu procuro fazer as tarefas de maneiras diferentes.	0,9%	8,9%	39,3%	43,8%	7,1%
19 Os professores me pedem para mostrar meus trabalhos para os outros alunos.	83,9%	12,5%	1,8%	1,8%	0,0%

Fonte: Dados da pesquisa (ROCHA, Pedro Francisco Dantas, 2021)

A afirmativa 16, possui uma moda no grupo dos respondentes em 4; sendo 61,6% dos participantes, indicando que muitas vezes tem essa opção de escolher o que quer realizar no ambiente remoto; 29,5% relatam que sempre tem essa escolha; 7,1% “algumas vezes”; 0,9% “raramente” e “nunca”, em ambos os itens. Assim, esta afirmativa possui um alto grau de percepção positiva com a soma dos pontos 4 e 5, totalizando 91,1% dos respondentes.

Em relação ao grau de envolvimento e concentração nas atividades, a moda da afirmativa 17 foi como no item anterior, igual a 4, com 45,5% dos alunos relatando que muitas vezes se concentram de forma a não perceber o que acontece ao redor; 33,0% permaneceram neutro, correspondendo que as vezes isso acontece; 10,7% relando que “sempre”; 10,7% “raramente” e 0,0% que “nunca”. Somando os percentuais de concordâncias positivas dos itens 4 e 5, encontra-se 56,2 % de concordantes na afirmação. Apesar de ter encontrado uma percepção positiva nesta afirmativa, o alto percentual de neutro não deve ser desconsiderado, sendo necessária uma maior investigação para o motivo desses resultados.

Esta mesma observação se aplica a afirmativa 18, no qual apesar de permanecer com a moda do grupo de interesse em 4, correspondendo a 43,8% dos respondentes que afirmar tentar fazer as atividades de maneira diferente, o nível de neutralidade, correspondente ao ponto 3, é de 39,3% do total das respostas deste item, restando 7,1% para os que afirmam que sempre fazem diferente; 8,9% “raramente” e 0,9% “nunca” mudam.

E na afirmativa 19, que procura averiguar a existência de oportunidade ofertada pelos professores para os alunos apresentem as suas atividades para os demais colegas, a moda permaneceu em 1, com 83,9% das respostas recebidas nesta afirmativa; 12,5% responderam “raramente”; 1,8% algumas “as vezes”; 1,8% “muitas vezes” e 0,0% “sempre”.

Portanto, é possível observar que existe um grande alto nível de discordância na perspectiva do aluno neste item, pois com a soma dos pontos 1 e 2, corresponde a 96,4% do total.

Esta afirmativa chama atenção, pois as respostas sugerem que apresentações, seminários e atividades no qual são apresentadas durante as aulas e fazem parte da maioria das matérias ofertadas e do plano de ensino de diversos professores, foram ignorados ou não associadas a esta afirmativa, indicando que tais atividades não tem o foco nos alunos, mas apenas nos professores. Indo em contraponto com Amabile (1989, 1996) que sugere a

existência de um local harmonioso entre alunos, proporcionando um sistema de apoio entre os discentes, sendo fundamental o compartilhamento de ideias para a geração de criatividade. Assim, sem a apresentação ou compartilhamento de atividades, podem ser pontos que dificultem a criatividade no ambiente educacional.

4.5 Estímulos dos Professores à Produção de Ideias do Aluno

Tabela 5. Itens que integram o fator 5

	1	2	3	4	5
20 Os professores me pedem para pensar em novas ideias.	1,8%	0,9%	24,1%	61,6%	11,6%
21 Os professores me pedem para pensar em muitas ideias.	0,9%	4,5%	33,0%	51,8%	9,8%
22 Os professores me pedem para tentar pensar quando eu não sei a resposta para uma questão	1,8%	2,7%	27,7%	53,6%	14,3%

Fonte: Dados da pesquisa (ROCHA, Pedro Francisco Dantas, 2021)

Em relação a afirmativa 20, a moda no grupo de interesse se manteve em 4 com 61,6% dos resultados da pesquisa, no qual os alunos indicam que muitas vezes os professores pedem para pensar em novas ideias, 11,6% apontaram que “sempre”; 24,1% “algumas vezes”; 0,9% que “raramente” e 1,8% que “nunca”. Assim, existe um grau positivo de concordância neste item de 73,2% com a soma dos pontos 4 e 5.

Da mesma forma, na afirmativa 21, a moda se encontra em 4 com 51,8% das respostas, demonstrando que muitas vezes tem o incentivo do professor em pedir para os alunos terem muitas ideias, 9,8% responderam que sempre existe este estímulo; 33,0% apenas “algumas vezes”; 4,5% que “raramente” e 0,9% que “nunca”. Em geral, obteve um grau positivo da perspectiva do aluno com 61,6% do total de respondentes dessa afirmativa.

E na afirmativa 22, a moda dos respondentes permaneceu também em 4 com 53,6% que manifestaram que muitas vezes os professores pedem para tentar pensar quando não se sabe a resposta para uma questão; 27,7% permaneceram neutros, relatam que “algumas vezes” isso ocorre; 14,3% responderam que “sempre”; 2,7% que “raramente” e 1,8% “nunca”.

Analisando os dados adquiridos na pesquisa dentro deste fator, os dados sugerem que existe o incentivo para o desenvolvimento criativo que é citado por Amabile (1989),

que leva em consideração as interações de três habilidades como responsável pelo desenvolvimento da criatividade, sendo: técnica e motivação intrínseca, habilidade de domínio e habilidade de pensamento criativo. Desta maneira, é possível sugerir que existe esta preocupação por parte dos professores para o ampliar tais capacidades e que o fator de estímulo às ideias é presente.

5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÃO

O presente trabalho teve como enfoque analisar o clima criativo, precisamente, a percepção dos alunos no curso de Administração da UnB, considerando as mudanças no âmbito social, ocasionada pela pandemia da Covid-19, a qual levou a maioria dos estudantes e professores a aderirem ao modelo de aulas remotas, incluindo a Universidade de Brasília. Sendo assim, o trabalho teve como objetivo identificar as condições favoráveis para a existência de um ambiente adequado para o desenvolvimento da criatividade no ensino superior no curso de administração. O tema foi escolhido por existirem poucas análises e assuntos abordados na literatura que utilizam o ambiente acadêmico em condições específicas de isolamento social, de mudanças e adaptações do modelo de ensino no âmbito educacional.

Para a fundamentação deste estudo, o trabalho possui um referencial teórico composto por tópicos como Criatividade; Clima Criativo; Fatores do Clima Criativo - contribuindo para a compreensão do assunto proposto, além de revisar o tema que já foi mencionado por autores anteriormente.

Desta forma, foi feita uma pesquisa exploratória quantitativa realizada por meio de questionários eletrônicos para os alunos específico do curso de administração matriculados na UnB. No qual dos 1.091 alunos, foram obtidos 122 questionários respondido, configurando uma amostra não probabilística.

Quanto ao objetivo geral de verificar o desenvolvimento da criatividade dos alunos e analisar o clima criativo dos alunos de administração durante as aulas remotas realizadas no período pandêmico, o resultado foi positivo, os alunos confirmaram, em grande maioria, que o ambiente de estudo contém fatores fundamentais para a formação da criatividade e manutenção do clima criativo satisfatório.

Assim, a partir do objetivo geral, se originaram 5 objetivos específicos, com a proposta de averiguar a análise ao suporte dos professores para o incentivo dos alunos a

recepção de ideias; A percepção do aluno sobre o nível criatividade; Avaliar o interesse dos alunos pelo aprendizado; Verificar a autonomia do aluno no ambiente educacional, e por fim, examinar os estímulos dos professores aos alunos sobre às ideias criativas desenvolvidas no curso de Administração da UnB. Para isso, foi realizado a soma das porcentagens de cada afirmativa para a criação de um parâmetro de positividade com a soma dos pontos 5 e 4 para concordância e a de 1 e 2 para discordâncias dos respondentes, sendo 3 interpretado como neutralidade. Portanto, foi possível verificar que todos os objetivos obtiveram percepções positivas para os alunos em relação aos fatores abordados.

Desta forma, os resultados indicam que o ambiente remoto de ensino foi favorável para o desenvolvimento da criatividade, porém existem áreas que são possíveis de melhorias para o aumento dessas condições conveniente para o desenvolvimento de criatividade, sendo estes: a autonomia dos alunos para realizar tarefas de formas diferentes, a realização de atividades mais agradáveis e o compartilhamento de trabalhos com os demais colegas.

Foi possível também identificar algumas limitações, pois por existirem normas sanitárias obrigatórias durante o período pandêmico estipuladas por decretos governamentais e pela própria instituição de ensino, não foi possível a realização de entrevista qualitativa complementar para uma melhor percepção e aprofundamento dos dados. Outro ponto é que existe uma grande dificuldade na replicação do trabalho por ser tratar de um cenário específico de pandemia global.

Portanto, para as futuras pesquisas, seria interessante a ampliação dos métodos de captação de dados por meios qualitativos, além da replicação, para assim explorar a percepção dos alunos de administração de outras instituições de ensino, públicas ou privadas, resultando em um comparativo com tema proposto.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, L. P. de; SILVA, R. B. da; ARAÚJO, R. M. S. de. **COVID-19: origem, patogênese, transmissão, aspectos clínicos e atuais estratégias terapêuticas.** Revista Prevenção de Infecção e Saúde, [Brasil], v. 6, Ahead of print, 2020.

ALENCAR, Eunice M. L. Soriano. **Criatividade na educação superior na perspectiva de estudantes e professores.** In: WECHSLER, Solange Múglia (Org.). *Criatividade na aprendizagem: caminhos e descobertas em perspectivas internacionais.*

ALENCAR, Eunice M. L. Soriano; FLEITH, Denise de Souza. **Criatividade. Múltiplas perspectivas.** Brasília: Editora da UnB, 2009.

ALENCAR, Eunice M. L. Soriano; FLEITH, Denise de Souza. **CRIATIVIDADE NA EDUCAÇÃO SUPERIOR: FATORES INIBIDORES.** Campinas; Sorocaba, SP, v. 15, n. 2, p. 201-206, jul. 2010.

ALENCAR, Eunice ML. **O estímulo à criatividade no contexto universitário.** *Psicologia escolar e educacional*, v. 1, n. 2-3, p. 29-37, 1997.

ALENCAR, Eunice. FLEITH, Denise Souza. **Inventário de Práticas Docentes que Favorecem a Criatividade no Ensino Superior.** Brasília, 2004.

Amabile, T. A. (1989). **Growing up creative.** Buffalo, NY: The Creative Education Foundation Press.

AMABILE, T. A. (1996). **Creativity in context.** Boulder, CO: Westview Press.

BRAUM, Loreni. CARMO, Hermani. SÁ. **Criatividade no ensino superior: uma análise da percepção dos discentes sobre as práticas dos docentes.** *Revista Capital Científico – Eletrônica (RCCe)* 2016.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. **Creativity.** New York: HarperCollins, 1996.

FARIA, M.; ALENCAR, E. **Estímulos e barreiras à criatividade no ambiente de trabalho.** *RAE*, São Paulo, v.31, n.2, p. 50-61, abril/jun. 1996.

FLEITH, Denise de Souza. **Como desenvolver a criatividade no contexto educacional.** In: SESI (Org.). *Criatividade.* Brasília: Serviço Social da Indústria. Departamento Nacional, 2007. p. 9-30.

JACKSON, Norman. *Imagining a different world.* In: JACKSON, Norman; OLIVER, Martin; SHAW, Malcolm; WISDOM, James (Org.). *Developing creativity in higher education.* London: Routledge, 2006b. p. 1-9.

MACHADO, C. J. et al. **Estimativas de impacto da COVID-19 na mortalidade de idosos institucionalizados no Brasil.** *Ciênc. Saúde Colet.* [Rio de Janeiro], n. 9, v. 25, p. 3437–3444, set. 2020.

MARTÍNEZ, Albertina. **Criatividade, personalidade e educação.** Campinas: Papyrus,

1997.

RODRIGUEZ, C. J. S. & Alencar, E. M. L. S. (1983). **Um estudo de pensamento criativo em alunos do primeiro grau**. Arquivos Brasileiros de Psicologia, 35, 113-122.

SANTOS, L. A. dos. et al. **Recurrent COVID-19 including evidence of reinfection and enhanced severity in thirty Brazilian healthcare workers**. Journal of Infection, [s. l.], v. 82, n. 3, p. 399–406, 2021.

STERMBERG, R. J. & Lubart, T. J. (1999). **The concept of creativity. Prospects and paradigms** In R. J. Sternberg (Ed). **Handbook of creativity**. (pp. 3 - 15). New York: Cambridge University Press

STEMBERG, R. J. (2003). **The development of creativity as a decision-making process**. En R. K. Sawyer, V. John-Steiner, S. Moran, R. J. Sternberg, D. H. Feldman, J. Nakamura & M. Csikszentmihalyi (Orgs.), **Creativity and development** (pp. 91-138). New York: Oxford University Press.

APÊNDICES

1 Questionário

Olá, gostaria de convidá-lo (a) a participar de uma pesquisa sobre o clima da criatividade estabelecido na sala de aula (Ensino Remoto) dos alunos de Administração da Universidade de Brasília durante o período pandêmico.

Para a pesquisa, o levantamento foi estabelecido sobre a escala *Likert*, na qual utilizou-se uma escala de frequência de cinco pontos: (1) nunca, (2) raramente, (3) algumas vezes, (4) muitas vezes e (5) sempre.

Muito Importante:

- Para maior veracidade do levantamento, peço que responda de maneira sincera.
- Não é necessário se identificar
- As respostas serão tratadas de forma confidencial e anônima. Sendo apenas utilizada como fonte de dados.
- A desistência em responder ao questionário, a qualquer momento, não acarretará nenhum prejuízo.

O tempo de resposta é de apenas 5 minutos.

Obrigado por participar e contribuir com nossa pesquisa!

Se desejar entrar em contato para retirar qualquer dúvida sobre a pesquisa, envie um e-mail para Pedrodantas1014@gmail.com

1. Os professores dão atenção às minhas ideias
2. Os professores se importam com o que eu tenho a dizer.
3. Minhas ideias são bem-vindas.
4. Os professores me dão tempo suficiente para pensar sobre um problema ou solução hipotética que eu tenho que descrever.
5. Eu tenho chance de participar de várias atividades
6. Eu tenho muitas ideias.
7. Eu me acho criativo(a).
8. Eu uso minha imaginação.
9. Eu sinto orgulho de mim da minha criatividade.
10. Eu gosto das matérias ensinadas
11. Eu aprendo muitas coisas
12. Eu aprendo coisas que realmente gosto
13. Os trabalhos que faço são divertidos
14. Quando eu começo uma tarefa, eu gosto de terminá-la
15. Eu pesquiso em livros, internet e/ou outras fontes quando eu quero saber mais sobre um assunto.
16. Eu posso escolher o que eu quero fazer.
17. Eu fico tão envolvido(a) com as tarefas que eu não sei o que está acontecendo perto de mim.
18. Eu procuro fazer as tarefas de maneiras diferentes.
19. Os professores me pedem para mostrar meus trabalhos para os outros alunos.

20. Os professores me pedem para pensar em novas ideias.
21. Os professores me pedem para pensar em muitas ideias.
22. Os professores me pedem para tentar pensar quando eu não sei a resposta para uma questão