



Universidade de Brasília

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

Departamento de Administração

MARCELA PARREIRA

**Autoconhecimento e Criatividade: Análise de possíveis relações por meio
do *ChatGPT***

Brasília – DF

2023

MARCELA PARREIRA

**Autoconhecimento e Criatividade: Análise de possíveis relações por meio do
*ChatGPT***

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

Professor Orientador: Doutora, Siegrid Guillaumon.

Brasília – DF

2023

MARCELA PARREIRA

**Autoconhecimento e Criatividade: Análise de possíveis relações por meio do
*ChatGPT***

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

Marcela Parreira

Doutora, Siegrid Guillaumon

Professora-Orientadora

Doutor, Karim Thomé,

Professor-Examinador

Doutor, Victor Rafael R Celestino,

Professor-Examinador

Brasília, 18 de julho de 2023

Agradecimentos

Aos meus pais e irmã, Marta, Mario e Marília.

À doutora Siegrid Guillaumon que me orientou nesses anos de pesquisa com muito acolhimento, liberdade e motivação.

Ao doutor Victor Rafael R Celestino por motivar e contribuir na inserção do *ChatGPT* na análise de dados deste estudo.

Epígrafe

“Se autoconhecer é um reflexo de aumentar o senso de poder, de liberdade e se recusar a aceitar papéis e carregar funções tradicionais.”

(Forisha, 1981, *apud* Wicklund, Eckert, 1992, p.29, tradução nossa)

RESUMO

Ao longo das últimas décadas o número de pesquisas sobre autoconhecimento aumentou, assim como sobre criatividade. Criatividade é algo inerente ao ser humano, assim, todos possuímos certo grau de habilidades criativas que podem ser desenvolvidas e aprimoradas. Uma das maneiras de descrever o autoconhecimento é sendo composto por dois âmbitos, o autoconhecimento interno e o externo que juntos possibilitam compreender como nos vemos e como os outros nos veem. O presente estudo se propõe a compreender possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade olhando sobre a perspectiva dos estudantes de Administração da Universidade de Brasília. A metodologia é composta por sete aplicações do questionário e duas rotas distintas para análise, sendo uma delas por meio do *ChatGPT*, inteligência artificial desenvolvida pela empresa *OpenAI*. No processo de análise das respostas do questionário o *ChatGPT* realizou análise de sentimento e categorização sobre possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade utilizando Laurence Bardin como base para análise de conteúdo e pesquisa qualitativa. Assim, o *ChatGPT* analisou 198 respostas, criou 159 categorias e selecionou 111 palavras-chaves das respectivas categorias. Na primeira rota de análise foram desenvolvidas oito principais categorias enquanto as palavras-chaves selecionadas pelo *ChatGPT* foram agrupadas em sete macrocategorias. Grande parte das categorias desenvolvidas em ambas as rotas destacam reflexos da relação entre autoconhecimento e criatividade reverberando em questões intrapessoais, expressivas, criativas e sinérgicas por meio de categorias e macrocategorias como “Relação dialógica entre autoconhecimento e criatividade”; “Sinergia”; “Expressão e suas formas”; “Autoconhecimento como diferencial para expressar a criatividade”.

Palavras-chave: Autoconhecimento. Criatividade. *ChatGPT*.

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| 1. INTRODUÇÃO | 9 |
| 1.1. Contextualização | 10 |
| 1.2 Formulação do Problema | 12 |
| 1.3 Objetivos Gerais..... | 13 |
| 1.4 Objetivos Específicos..... | 13 |
| 1.5 Justificativas..... | 13 |
| 2. REVISÃO TEÓRICA | 16 |
| 2.1. Contextualização - Criatividade | 16 |
| 2.2. Criatividade sistêmica..... | 17 |
| 2.3. Criatividade e processos de criação | 21 |
| 2.4. Contextualização - Autoconhecimento..... | 23 |
| 2.5. The Self-Knower: A Hero Under Control (WICKLUND, ECKERT, 1992)..... | 24 |
| 2.6 Outras perspectivas sobre autoconhecimento..... | 37 |
| 2.7 Criatividade e Autoconhecimento | 40 |
| 3. Métodos e Técnicas de Pesquisa | 42 |
| 3.1. Tipologia e descrição geral dos métodos de pesquisa..... | 42 |
| 3.2 Caracterização do objeto de estudo | 42 |
| 3.3 Participantes da pesquisa | 42 |
| 3.4 Instrumentos de pesquisa e procedimentos de coleta..... | 43 |
| 3.5 Análise de dados..... | 45 |
| 4. Resultados e discussão | 49 |
| 4.1. Primeira Rota | 49 |
| 4.2. Segunda Rota | 51 |
| 4.3. Comparação entre rotas..... | 54 |
| 5. Conclusão e considerações finais | 56 |

| | |
|--|----|
| REFERÊNCIA | 59 |
| APÊNDICE | 61 |
| Apêndice A – Links com as conversas para análise de dados com Chat GPT por aplicação do questionário:..... | 61 |
| Apêndice B – Perguntas do questionário aplicado seis das sete aplicações de questionários:..... | 61 |
| Apêndice C – Exemplo de tabela de retorno da análise do <i>ChatGPT</i> . Exemplo da sexta aplicação do questionário: | 63 |
| Apêndice D – Imagem de parte do processo desenvolvendo as macrocategorias agrupando as palavras-chaves selecionadas pelo <i>ChatGPT</i> : | 66 |

1. INTRODUÇÃO

O presente estudo se propõe a pontuar possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade. Esse tema foi selecionado, pois, há alguns anos o conceito de criatividade vem sendo desmistificado. Comprovado por meio de estudos que criatividade é uma habilidade que pode ser desenvolvida, em oposição à ideia da necessidade de “dons divinos” para ser criativo. Além do fato de que ao longo da pandemia da Covid-19 o isolamento social, incentivado como maneira de diminuir a disseminação do Coronavírus, gerou diversos processos introspectivos. Tornando o autoconhecimento e a criatividade dois possíveis aliados para lidar com alguns contextos e incertezas que a pandemia da Covid-19 gerou.

Muitas vezes na maneira de se expressar e no processo de criação há influências de características tanto criativas como introspectivas. Possibilitando e desenvolvendo diversas relações entre autoconhecimento e criatividade. Assim, para compreender algumas dessas possíveis relações, utilizo estudantes de Administração da Universidade de Brasília (UnB) como fontes de dados. Estudantes os quais participaram das aulas de Criatividade e Inovação nas Organizações ao longo do primeiro semestre de 2020 até o primeiro semestre de 2023.

O início da pesquisa se deu por meio de um projeto financiado pela FAP/DF o qual possibilitou identificar que, na perspectiva dos estudantes de Administração da Universidade de Brasília, existe relação entre autoconhecimento e criatividade. A conclusão do trabalho se deu por meio de um vídeo que está disponível no canal da professora Siegrid Guillaumon publicado em 2021.

Em cada semestre ao longo desses três anos de pesquisa a professora doutora Siegrid Guillaumon possibilitou espaço nas aulas de Criatividade e Inovação nas Organizações do departamento de Administração da UnB para conversarmos sobre autoconhecimento e criatividade. Assim, foram promovidas sete conversas que ao final os estudantes responderam a um questionário com perguntas estruturadas sobre autoconhecimento e criatividade. O questionário possuiu a mesma estrutura e era composto majoritariamente por perguntas abertas, possibilitando os estudantes a opinarem quanto ao assunto de maneira mais livre.

Utilizo como fontes de dados as respostas ao questionário e opero como ferramenta de análise de dados o *ChatGPT*, modelo de linguagem desenvolvido pela

empresa *OpenAI*, conhecido como GPT-3.5. Assim, desenvolvi um diálogo entre uma inteligência artificial e as perspectivas dos estudantes de Administração da UnB sobre possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade. Nesse processo, fiz um curso de como desenvolver perguntas mais precisas ao *ChatGPT* para melhor direcionar as análises a serem realizadas. Foquei a análise de dados em uma pergunta presente em seis das sete vezes que o questionário foi aplicado, sendo ela: “Para você existe relação entre criatividade e autoconhecimento? Se sim, qual e como?”.

1.1. Contextualização

Há registros de produção científica brasileira que utiliza o termo “autoconhecimento” na *Scielo* Brasil desde 1996 apresentando um aumento mais acentuado de produções científicas sobre o tema nos anos mais recentes. Percebe-se esse fato ao pesquisar “autoconhecimento” no site da *Scielo* Brasil, a qual, em setembro de 2022 retornou o total de 72 artigos que contêm a palavra em seu texto, resumo ou palavras-chaves. Com um aumento de aproximadamente 10,7% nas produções científicas que abordam esse tema, comparado à mesma pesquisa realizada em outubro de 2021, a qual retornou 65 artigos no total.

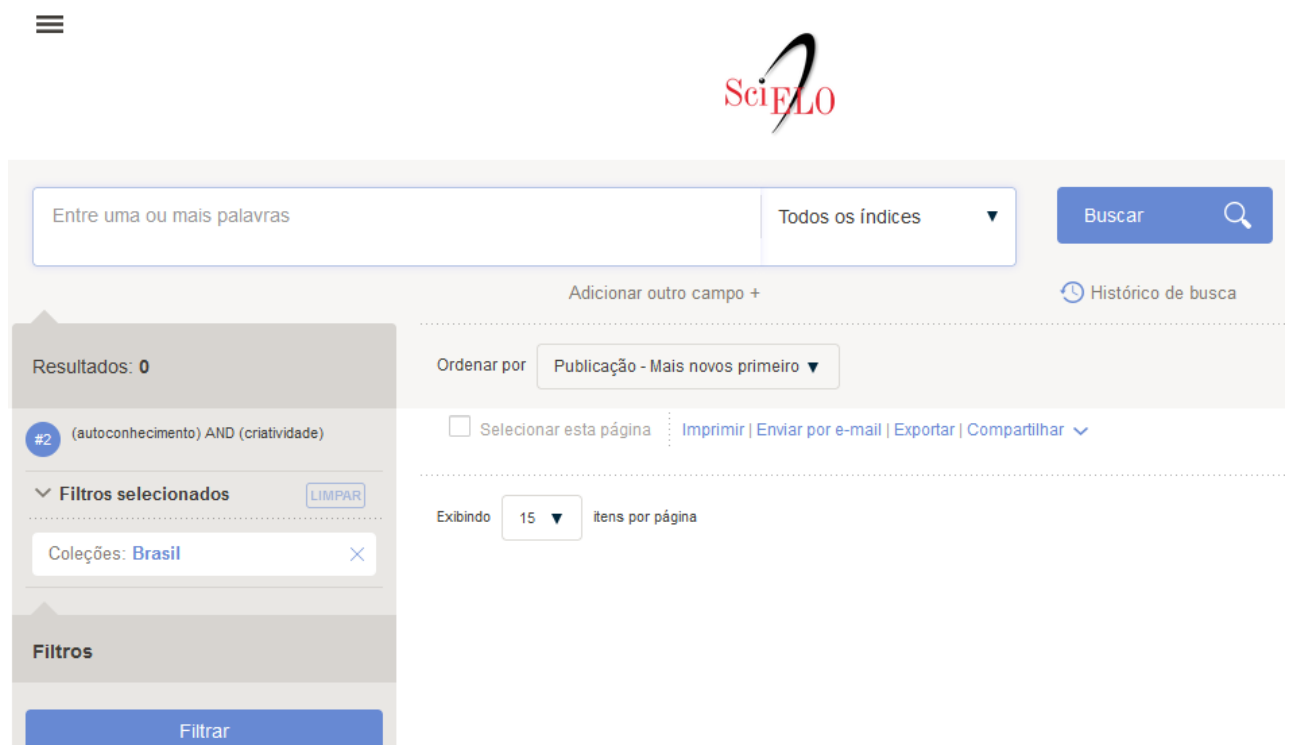
Ao pesquisar no site da *Scopus* percebe-se que o início de publicações científicas que utilizam o termo “*self-awareness*” é em 1895, cerca de 100 anos antes da publicação mais antiga registrada na *Scielo* Brasil que utiliza o termo “autoconhecimento”. Assim como na *Scielo* Brasil, a *Scopus* registrou um aumento de cerca de 9,7% na produção científica que utiliza o termo “*self-awareness*” entre outubro de 2021, retornando 11.108 artigos, e setembro de 2022 retornando 12.194 artigos que contenham essa palavra.

No que diz respeito à criatividade, a construção científica está mais aprimorada. Fato percebido ao obter 81.063 artigos que possuem “*creativity*” no título, resumo e/ou palavras-chave no banco de dados *Scopus* em setembro de 2022, sendo o mais antigo datado em 1898. Observado, também, um aumento na produção científica sobre o tema, pois ao pesquisar “*creativity*” na *Scopus* em outubro de 2021 retornou um total de 74.513 produções científicas, apresentando um aumento de cerca de 8,7% entre outubro de 2021 e setembro de 2022.

Ao analisar as produções científicas presentes na *Scielo* Brasil em setembro de 2022 retorna 532 artigos que possuem “criatividade” no resumo, texto e/ou palavras-chaves. Dessa maneira, houve um aumento de cerca de 7,6% de artigos sobre o tema comparado a outubro de 2021 que retornou 494 resultados ao pesquisar “criatividade” sendo a publicação mais antiga de 1983.

Ao pesquisar na *Scielo* Brasil juntos os termos “autoconhecimento” e “criatividade” em julho de 2023 nenhuma publicação é apresentada. Portanto, mesmo com aumento no número de pesquisa sobre os temas separadamente, há uma grande lacuna de pesquisa por meio da associação deles.

Figura 1 – Scielo Brasil ao pesquisar “autoconhecimento” e “criatividade” em julho de 2023



Fonte: *Scielo* Brasil (2023)

Ao unir o fato de a produção científica sobre autoconhecimento e sobre criatividade aumentar com o passar do tempo. Além da falta de pesquisa sobre possíveis associações entre autoconhecimento e criatividade. Aliado ao contexto pandêmico do início da minha pesquisa, senti necessidade de entender possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade. Utilizando como principal fonte de dados as opiniões dos estudantes de Administração da Universidade de Brasília que cursaram a matéria Criatividade e Inovação nas Organizações ministrada pela professora doutora Siegrid Guillaumon. Aliado também a produções científicas e livros

sobre autoconhecimento e criatividade e diálogo com o *ChatGPT* para obter análise de conteúdo dos relatos e opiniões dos estudantes pesquisados.

1.2 Formulação do Problema

Quais são as possíveis relações existentes entre autoconhecimento e criatividade? Pesquisando em junho de 2023 na *Scielo* Brasil as palavras “autoconhecimento” e “criatividade” juntas, sem limitar a data de publicação, nenhum resultado é obtido. Enquanto na *Scopus* ao pesquisar “*self-awareness*” e “*creativity*” obtenho 247 resultados com as palavras no título, resumo e/ou palavras-chaves. Mesmo esses dois assuntos estarem presentes em todas as pessoas, e sendo destacadas as importâncias deles separadamente, no Brasil, analisando cientificamente, não estão sendo abordados juntos.

Com o passar do tempo destaca-se a importância de habilidades criativas e intrapessoais na vida cotidiana, como também nas organizações. Direcionando o foco a processos produtivos e criativos que em grande parte das vezes são desenvolvidos por pessoas.

Constantemente criatividade é vista como uma característica diferencial na vida humana e de extrema importância para resolver problemas complexos. Compreendendo algumas possíveis relações entre criatividade e autoconhecimento é possível conhecer e criar mecanismos que possibilitam constantemente desenvolver e aprimorar essas características.

Além do fato que todas as organizações são compostas por pessoas e quanto mais as pessoas desenvolverem o autoconhecimento, mais conectadas e presentes com suas escolhas e atitudes estarão. Compreendendo possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade é possível utilizá-los a serviço das pessoas e das organizações. Possibilitando, assim, por meio dessas habilidades, trazer benefícios pessoais, sociais, culturais e organizacionais.

Será se é possível desenvolver essas características? Autoconhecimento e criatividade são habilidades profissionais importantes? Há alguma organização ou tipo de organização que não seja relevante compreender e desenvolver criatividade e

autoconhecimento? No presente estudo busco pontuar quais são as possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade.

1.3 Objetivos Gerais

Esse estudo tem como objetivo identificar possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade. Para isso, analiso percepções de estudantes de Administração quanto possíveis relações entre os pilares dessa pesquisa. Por meio do diálogo com o *ChatGPT*, inteligência artificial desenvolvida pela *OpenAI*.

1.4 Objetivos Específicos

Para conquistar tal objetivo pretendo:

- Estruturar percepções dos estudantes de Administração quanto ao tema;
- Dialogar com o *ChatGPT* como ferramenta de análise de dados utilizando Laurence Bardin como base para análise de conteúdo e pesquisa qualitativa;
- Apresentar categorias desenvolvidas pelo *ChatGPT* acerca das relações entre autoconhecimento e criatividade;
- Analisar palavras-chaves das categorias desenvolvidas;
- Desenvolver macrocategorias que representam as palavras-chaves das possíveis relações entre os pilares dessa pesquisa.

1.5 Justificativas

Compreender possíveis relações entre criatividade e autoconhecimento possibilita desenvolver diversos mecanismos para os aprimorar tanto em situações intrapessoais quanto organizacionais. No contexto histórico atual percebemos a necessidade de lidar com criatividade em diversas situações, tanto em questões pessoais, quanto profissionais e organizacionais.

Atualmente as organizações são compostas majoritariamente por pessoas que tomam decisões, definem processos, projetos, objetivos e metas. Autoconhecimento e criatividade são características intrínsecas a todo ser humano e que, quando aprimoradas, podem potencializar resultados. Olhando por uma perspectiva mais holística para potenciais humanos, ao compreender possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade possibilita ampliar o campo de atuação de maneira mais consciente. Proporcionando mais sinergia entre escolhas, decisões, atitudes e relacionamentos. Tanto em questões intrapessoais, interpessoais, organizacionais, profissionais e até mesmo culturais.

O presente estudo se propõe a estudar possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade utilizando como ferramenta de análise de dados o *ChatGPT*. Lançado em junho de 2020, o *ChatGPT* é uma inteligência artificial desenvolvida pela *OpenAI*, conhecido como GPT-3.5.

O *ChatGPT* é um modelo de linguagem que possibilita dialogar com uma inteligência artificial que tem certa memória e consegue aprimorar suas respostas anteriores e desenvolver um diálogo. Por exemplo, comparado ao mecanismo de busca da *Google*, quando pesquisamos algo no buscador *Google* ele retorna as informações que estão disponíveis nos sites que ele tem acesso para nós escolhermos o mais relevante e continuar a pesquisa. No caso do *ChatGPT* ele responde diretamente sua pergunta ou comando, dialogando com o pesquisador ao invés de apenas apresentar resultados.

Ao utilizar o *ChatGPT* como ferramenta de análise de dados, insiro um diálogo com tecnologia trazendo crescimento às possibilidades de análise e pesquisa. Ao aplicar explicitamente essa tecnologia como um dialogador na análise de dados e não como um rival em construção científica possibilitou diversos insights. Deleguei ao *ChatGPT* a análise de conteúdo e pesquisa qualitativa enquanto eu fiquei responsável pela análise dos resultados do *chat*, desenvolver conclusões, insights e resultados.

Dialogando com o *ChatGPT* desenvolvi certo protocolo de validação de suas respostas. Por ser uma inteligência artificial em uma interface de *chat* e treinado com informações até setembro de 2021 há possibilidade de “alucinações” em algumas respostas fornecidas. Dependendo das palavras que utilizar ao conversar com o *chat*, da maneira que descrever o problema e indicar a demanda, ele pode responder com

mais ou menos precisão. Quanto mais preciso o direcionamento ao perguntá-lo sobre alguma questão, maior precisão há nas respostas que ele fornece.

Assim, por meio dessa pesquisa é possível perceber e incrementar maneiras de conversar com inteligência artificial para análise de dados. Como também compreender possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade.

2. REVISÃO TEÓRICA

A construção desta pesquisa se deu por meio de buscas na *Scielo*, *Scholar Google* e *Scopus*. Foram pesquisados termos tais como: “autoconhecimento”; “criatividade, cognição”; “autoconhecimento, criatividade”; “criatividade, criação, arte”; “*self-awareness*”, “*self-knowledge*”, “*creativity, self-awareness*”.

2.1. Contextualização - Criatividade

Criatividade é algo inerente ao ser humano (Alencar, 2007, p.103). Todos possuímos certo grau de habilidades criativas que podem ser desenvolvidas e aprimoradas (Alencar, 1993, p.16). Mesmo assim, somente por volta de 1950, com a emergência dos Movimentos Humanísticos na psicologia, direcionam o olhar científico também para criatividade, valorizando o potencial humano para se autorrealizar (Alencar, 1993, p.50-53). Alencar afirma que nos anos recentes apontaram criatividade como habilidade de sobrevivência devido ao momento histórico ser repleto de mudanças intensas, profundas e rápidas (1993, p.41).

Há diversas abordagens e perceptivas sobre criatividade. Pereira, Tschimmel e Silva (2016), por meio de uma revisão de literatura, mostram que existem múltiplas abordagens tratando criatividade enquanto competência do indivíduo, incluindo traços de personalidade, intelecto e comportamento, estruturadas por Amabile (1997), Guilford (1967), Alencar e Fleith (2003) e Sternberg (2012) (*apud* p.195). Por outro lado, há pesquisadores que analisam a criatividade de forma contextual, envolvendo fatores que se inter-relacionam e interferem no indivíduo, como estuda Amabile (1983), Csikszentmihalyi (1988; 2007), Sternberg (1988) (*apud* Valqueresma & Coimbra, 2013, p.197).

Outra visão a ser citada é a de Vygostky (1930/2004), o qual acredita que qualquer indivíduo criativo é fruto do seu tempo e contexto, ressaltando a pré-existência de condições psicológicas e materiais para qualquer manifestação de invenção ou descoberta científica (Vygostky *apud* Valqueresma & Coimbra, 2013, p.135).

Existem também abordagens mais complexas como de Maslow, Torrance e Ball (1980) e Gardner (2002), as quais possuem perspectiva cognitivista quanto à criatividade. Esses autores ampliaram a abrangência dos primeiros testes para medir e avaliar a criatividade nos indivíduos, incluindo também as abordagens emocionais além de características cognitivas, como foi a proposta de Guilford (1950) (*apud* Valqueresma & Coimbra, 2013, p.139).

Em diversas definições do que é criatividade destacam alguns pontos em comum, como implicar no desenvolvimento de algo novo, seja uma ideia, uma reelaboração ou aperfeiçoamento de algo que seja relevante, ideal para o momento. Predominando a ideia de criatividade ser questão de tudo ou nada, como se a pessoa fosse totalmente criativa ou não tivesse criatividade. Entretanto, criatividade pode ser vista também como questão de grau, tendo pessoas mais criativas e outras nem tanto (Alencar, 1993, p.15-16).

2.2. Criatividade sistêmica

A criatividade não depende apenas de fatores intrapessoais, na verdade tem grande contribuição da sociedade no processo criativo. Todas as pessoas possuem habilidades criativas que podem ser desenvolvidas e aprimoradas, necessitando de condições ambientais favoráveis, dedicação, preparação e esforço consciente. Maslow (1968) afirma que também necessita de muito trabalho, treino e atitude criativa, não apenas de inspiração (Alencar, 1993, p.16, *apud* p.17).

Muitas pessoas inferem que criatividade existe apenas nos campos das artes e que há necessidade de nascer criativo para conseguir expressar sua criatividade. Entretanto, Ostrower (2014) afirma que “O vício de considerar que a criatividade só existe nas artes, deforma toda a realidade humana. Constitui uma maneira de encobrir a precariedade de condições criativas em outras áreas de atuação humana, por exemplo na comunicação” (p.39). Assim, há inúmeras maneiras de estudar e abordar criatividade dependendo dos objetivos e do campo de estudo com enfoque.

Alguns autores focam na compreensão das características pessoais presentes na maioria das pessoas consideradas criativas. MacKinnon (1965, 1967, 1975)

estudou arquitetos considerados criativos e notou que a percepção de si mesmo como uma pessoa responsável é uma das características deles. Além de flexibilidade cognitiva, intuição, espontaneidade, pensamento independente, entusiasmo, entre outros (*apud* Alencar, 1993, p.19).

Barron (1969) estudou características motivacionais, intelectuais, de personalidade e biográficas de pessoas consideradas criativas de diversas áreas de conhecimento. Alguns traços de personalidade que classificou pertencentes a pessoas criativas foram a maior tolerância à desordem e à complexidade, rejeição da supressão como mecanismo para controle de impulsos, independência de julgamento, presença de interesses típicos do sexo feminino em amostras masculinas mais criativas, maior grau de originalidade, espontaneidade e intuição (*apud* Alencar, 1993, p.20). Guilford (1950, 1967, 1971, 1979) e Torrance (1965, 1974) destacam como características de pessoas criativas a elaboração, redefinição e sensibilidade para problemas, fluência, flexibilidade e originalidade (*apud* Alencar, 1993, p.24-27).

Herrmann (1990) propôs que criatividade é uma combinação de diversas formas de pensamento, tanto verbal e analítica quanto intuitiva e emocional (*apud* Alencar, 1993, p.55). Rogers (1959, 1962) considerava a fonte da criatividade a tendência do homem a concretizar suas potencialidades, se autorrealizar, sendo característica de pessoas criativas a abertura às experiências. Rogers acredita que um dos frutos da singularidade do indivíduo é o processo criativo, a essência da criatividade. Sendo facilitadores da criatividade a liberdade psicológica e a segurança psicológica, a qual é produto da aceitação do indivíduo como valor incondicional, da existência de um clima onde a avaliação externa esteja ausente e da compreensão empática (*apud* Alencar, 1993, p.50-51).

Maslow diferencia alguns tipos de criatividade, como a primária, a secundária, a integrativa, e a autorrealizadora. Segundo ele, a criatividade autorrealizadora possui suas raízes no não-racional e estimula no indivíduo a abertura à experiência, a tendência de se autorrealizar, enfatiza a iniciativa, integração e autoaceitação. Maslow, falando de seus pacientes que desenvolveram criatividade da autorrealização, afirma que “Era como se houvesse uma tendência para realizar qualquer coisa com criatividade” (*apud* Stephens, 2003, p.25). A criatividade primária corresponde à fase de inspiração, utilizando processos primários de pensamento, sendo espontânea. A secundária tem como fonte os processos secundários de

pensamento, no conhecimento acumulado. E a integrativa compreende tanto a primária quanto a secundária, estando presente em trabalhos como as grandes obras de artes, filosofia e ciência (*apud* Alencar, 1993, p.51-52; *apud* Stephens, 2003, p.31 & p.223-225).

Maslow afirma que a pessoa saudável é a que conseguiu fundir os processos, a fantasia e o racional, transformando o inconsciente em algo não tão assustador (*apud* Stephens, 2003, p.225). Estas pessoas possuem o desejo, o cognitivo, o afetivo e o motor menos separados uns dos outros, trabalhando com mais sinergia, assim, desenvolvem a criatividade integrada, a qual utiliza ambos os processos com boa fusão, facilidade e êxito (*apud* Stephens, 2003, p.31-50).

Moles (1981) destaca e Alencar (2007) ressalta que a criação científica não difere fundamentalmente da criação artística. É possível compreender essa semelhança olhando principalmente para três pilares que contribuem para a criação nas ciências ou nas artes. O primeiro é composto por características pessoais, as quais contribuem com um envolvimento intenso na criação, aliando prazer na realização do trabalho. O segundo relaciona com características da sociedade, incluindo clima sociocultural, valores, dimensões que o ambiente pode facilitar ou obstruir a criação. Enquanto o terceiro pilar são os antecedentes do indivíduo, suas influências (Alencar, 2007, p.104-105).

Os indivíduos considerados criativos geralmente possuem uma atitude de otimismo e coragem para correr riscos. Alencar (2007) comenta que o cientista que é muito cauteloso, não comete erros, não encontra grandes descobertas (p.107). As pessoas criativas também possuem “uma combinação de habilidades cognitivas, imaginação crítica, (...) independência de pensamento e ação, persistência, audácia, autoconfiança, (...) além da intuição e da flexibilidade.” (Alencar, 2007, p.108).

Sobre o segundo pilar, que se refere às condições ambientais que influenciam na criatividade, por meio do ambiente o qual a pessoa está inserida, é possível favorecer ou inibir o talento criativo e a exploração de ideias. Stein (1974, p.XII *apud* Alencar, 2007, p.109) afirma que se o ambiente não aceitar o trabalho criativo apresentado, não valorizar a criatividade, nem der apoio necessário, é possível que encontre obstáculos na expressão dos esforços criativos ou até mesmo encontra barreiras intransponíveis. Estimular a criatividade envolve também afetar o ambiente

social, as pessoas que estão inseridas nele, além de estimular o indivíduo (Alencar, 2007, p.109).

Os antecedentes nos contextos familiar e educacional influenciam a pessoa e sua maneira de ser e lidar com a criatividade. De modo geral, ao longo da infância de algumas pessoas com contribuições substantivas eles se sentiram encorajados pelos seus pais a explorar seu intelectual, tiveram aprovação pelas suas realizações e desempenho, foram apoiados em seus interesses específicos, estimulados a explorar diferentes possibilidades. O encorajamento e apoio dos pais criam e estimulam ambientes mais propensos a explorar a criatividade (Alencar, 2007, p.110-111).

Stein (1974) afirma que para estimular a criatividade não basta estimular o indivíduo. É necessário afetar seu ambiente social e as pessoas ao redor. Do ambiente é importante sentir o apoio necessário para expressar o trabalho criativo (*apud* Alencar, 1993, p.12 e p.284-285). Sendo fundamental o contexto social do indivíduo, estimulando experiências diversas, em áreas diversas, encorajando experiências internas e externas, valorizando a originalidade e mudança, abertura e aceitação das pessoas por serem elas mesmas, expressar-se, explorar e questionar (Alencar, 1993, p.59-60). Taylor (1975) afirma que um ambiente que contribua com a criatividade individual ajuda a pessoa na compreensão de si mesmo e suas diferenças referentes às normas (*apud* Alencar, 1993, p.60).

É importante olhar para o ambiente, pois, como Ostrower (2014) afirma “(...) não existe a percepção, em si, isenta de projeções valorativas.” (p.101). Alguns desses valores são coletivos, nascidos no contexto histórico que o indivíduo vive por meio das inter-relações sociais, alguns se tornando bases das instituições e normas vigentes. “Representam um *padrão referencial básico* para o indivíduo, que qualifica a própria experiência pessoal e tudo a que o indivíduo aspire ou o que faça, quer tenha ele consciência disso ou não.” (Ostrower, 2014, p.101). Assim, o homem é tanto produto do seu ambiente como também o modela. “Ao agir, inter-age com o mundo. Eventualmente ele agirá sobre o próprio contexto cultural.” (Ostrower, 2014, p.103-104).

O ambiente pode tanto estimular a criatividade como inibi-la. Alguns fatores ambientais que limitam a expressão da criatividade são, por exemplo, as pressões sociais à pessoa que diverge da norma e a falta de aceitação do grupo. Influenciando

também na expressão de alguns fatores de natureza emocional como o desconhecimento de suas próprias potencialidades, recursos internos e capacidades. Outro possível limitador ambiental de criatividade é a imagem que o indivíduo tem de si no ambiente, por exemplo, se percebendo como incapaz, pouco criativo ou inferior (Alencar, 1993, p.61-65).

Algumas maneiras de incentivar e estimular a criatividade são por meio de atitudes de respeito aos questionamentos da pessoa, aceitação e incentivo à curiosidade, à imaginação, à confiança em si, favorecer o desenvolvimento emocional. Maltzman (1960) estudou o treino a originalidade e percebeu que os indivíduos que receberam treino direcionado antes do teste apresentaram maior originalidade em suas respostas do que as pessoas que não tiveram o treinamento. Provando ser possível aprender e desenvolver originalidade como um traço de comportamento (Alencar, 1993, p108-109; *apud* Alencar, 1993, p.110).

2.3. Criatividade e processos de criação

Uma outra maneira de estudar criatividade é por meio dos processos de criação, olhando por uma perspectiva mais individual. Ostrower (2014) também aborda criatividade como um potencial inerente do ser humano e que o realizar é uma de suas necessidades. Afirmando que “De fato, criar e viver se interligam.” (2014, p.05).

O criar necessita da capacidade de compreender, ordenar, relacionar, significar e configurar. Assim, inclusive de maneira inconsciente, orientamos os processos de criação de acordo com nosso ser mais íntimo, nossos medos, desejos e expectativas. “Em cada ato nosso, transparece a projeção de nossa ordem interior.” (Ostrower, 2014, p.09).

“E o homem não somente percebe as transformações como sobretudo nelas se percebe” (Ostrower, 2014, p.10). Analisando essencialmente os processos de criação, eles são intuitivos. São processos que tomamos conscientes à medida que são expressos, ao passo que damos formas. Os comportamentos criativos do ser humano são baseados na integração do sensível, do consciente e do cultural, tendo

influências tanto internas quanto externas sobre seus atos, constantemente formando e sendo formado por suas atitudes e formas (Ostrower, 2014, p.09-p.11).

“A natureza criativa do homem se elabora no contexto cultural” (Ostrower, 2014, p.05). Os valores culturais e as necessidades individuais moldam os valores pessoais de cada indivíduo. Para o ser humano não há desenvolvimento, até mesmo biológico, dissociado do cultural. Desenvolvendo até mesmo suas questões pessoais internas, seu modo de pensar, agir, seus sonhos e aspirações como produtos do contexto social em que o indivíduo se encontra interpretados por meio de sua sensibilidade. “Culturalmente seletiva, a sensibilidade guia o indivíduo nas considerações do que para ele seria importante ou necessário para alcançar certas metas de vida.” (Ostrower, 2014, p.17; Ostrower, 2014, p.10-17). Segundo Ostrower a criatividade seria a própria sensibilidade (2014, p.17).

“Todo perceber e fazer do indivíduo refletirá seu ordenar íntimo.” (Ostrower, 2014, p.25-26.). Ostrower acredita que “criar representa uma intensificação do viver, um vivenciar-se no fazer”, por meio de processos de criação a pessoa se desenvolve, forma sua realidade, se amplia, se abre para a vida, acrescentando a vida mais significado e riqueza (Ostrower, 2014, p.28, p.17, p.30).

Ostrower afirma que “A criatividade é, portanto, inerente à condição humana” (2014, p.53).

“São transferências simbólicas do homem à materialidade das coisas e que novamente são transferidas a ele.

Formando a matéria, ordenando-a, configurando-a, dominando-a, também o homem vem a se ordenar interiormente e a dominar-se. Vem a se conhecer um pouco melhor e a ampliar sua consciência nesse processo dinâmico em que recria suas potencialidades essenciais.

(...) a criatividade e os processos de criação são estados e comportamentos naturais da humanidade. São naturais, no sentido do próprio e também do espontâneo em que todo fazer do homem torna-se um formar.” (Ostrower, 2014, p.53).

Ostrower (2014) afirma que “Assim, como o próprio viver, o criar é um processo existencial.” (p.56). Pois, esse processo envolve “Além dos impulsos do inconsciente, entra nos processos criativos tudo o que o homem sabe, os conhecimentos, as conjecturas, as propostas, as dúvidas tudo o que ele pensa e imagina (Ostrower, 2014, p.55). No processo criativo e de expressar a criatividade sempre há integração, seleção, desenvolvimento de relações, experimentações, intuindo e definindo

relações significativas tanto de questões internas quanto externas (Ostrower, 2014, p.66-69).

Os processos de criação partem, tanto do interior do criador, como também de aspectos culturais. Por meio da cultura são estabelecidas as prioridades, propõe a hierarquia de valores, moldam a personalidade do indivíduo. Ostrower afirma que é impossível desagregar, dissolver ou desfazer a forma, o acontecimento, então criar por meio de parâmetros culturais que não contemplam os pessoais pode trazer reflexos negativos, desequilibrar estados internos, apresentar similaridades ou dissonâncias. Impulsionando o agir, o crescer, o compreender e o criar (Ostrower, 2014, p.84, p.96-99).

2.4. Contextualização - Autoconhecimento

Em inglês existem diversas maneiras de escrever autoconhecimento. São palavras como “self-knowledge”, “self-awareness”, “self-disclosure”, “self-knowingness”, “self-directedness”, “self-actualization” que se referem ao autoconhecimento. Da mesma maneira que existem inúmeras formas de chamar a pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido ou no processo de desenvolver seu autoconhecimento, tais como “perciever”, “self-knower”, “self-righteous dynamic”, “self-orientation”, “finding the authentic self”, “evocation of inner wisdom”, “true self”, “authentic self”, “self-oriented”, entre outras. Termos encontrados no livro “The Self-Knower: A Hero Under Control” escrito por Robert A. Wicklund e Martina Eckert, 1992.

Robert A. Wicklund e Martina Eckert foram dois pesquisadores que estudaram autoconhecimento e publicaram um livro em 1992 chamado “The Self-Knower: A Hero Under Control”. Livro o qual se propôs a consolidar, traçando linhas de pesquisas acerca dos diversos movimentos do “self-knower”, ou seja, a pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido. Como também apresenta a escola da pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido (*The Self-Knower School*) e seus princípios. Abordando teorias, aprofundamentos por meio de pesquisas empíricas, abordagens e críticas sobre o tema. Assim, esse livro é uma das principais bases teóricas para o presente capítulo, o qual aprofunda no pilar do autoconhecimento.

2.5. The Self-Knower: A Hero Under Control (WICKLUND, ECKERT, 1992)

Existem inúmeros teóricos, pesquisadores, abordagens e pesquisas sobre autoconhecimento. Algumas abordagens possuem menor caráter científico, enquanto outros procedimentos e métodos trazem o maior caráter científico para as pesquisas.

A escola da pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido (*The Self-Knower School*) associa a presença de alguns traços comportamentais com o conhecimento a cerca desses traços, ou seja, tratando os aspectos do eu e o conhecimento sobre esses aspectos como intrínsecos, indissociáveis. Essa escola de pensamento argumenta que as influências externas podem apenas mascarar o verdadeiro eu, mas não têm a capacidade de modificá-lo. Como também determina certos grupos de tendências comportamentais que são emanados diretamente do core do seu próprio eu. De acordo com essa escola, não tem como estudar o autoconhecimento independente da presença de certos comportamentos potenciais (WICKLUND, ECKERT, 1992, p.38-39).

O autoconhecimento pode ser visto como uma variável psicológica que possibilita algumas pessoas a estarem muito atentas à certas características pessoais e a certos traços comportamentais relevantes. Contudo, analisando historicamente as pesquisas sobre autoconhecimento, nem sempre a psicologia diferenciou entre os aspectos do eu do conhecimento sobre esses aspectos, geralmente os abordando como indissociáveis. Porém, o processo de consciência sobre decisões e suas origens não são intrínsecas as decisões, ou seja, ao escolher não significa que foi um processo consciente ou que tenha conhecimento acerca das motivações da escolha (WICKLUND, ECKERT, 1992, p.04-05).

Entretanto, o eu, como comportamentos potenciais, e o conhecimento sobre o eu são duas dimensões diferentes e quase que totalmente independentes entre si. É possível separar o autoconhecimento e seus antecedentes dos comportamentos potenciais e seus antecedentes. Ao separar o eu (um conjunto de potenciais comportamentos) do conhecimento sobre o eu, possibilita analisar cada esfera separadamente. Portanto, permite analisar comportamentos potenciais adquiridos no processo de aprendizagem ou imitação que são completamente independentes do conhecimento da própria pessoa acerca de suas tendências comportamentais (WICKLUND, ECKERT, 1992, p.09-12).

Por exemplo, uma pessoa que tenha a característica de ser paciente, nos momentos que ela estiver sendo paciente não necessariamente ela tem consciência que está sendo paciente ou consciência das origens desse traço de personalidade. Entretanto, caso a pessoa queira, é possível entrar num processo de autoconhecimento e buscar a origem tanto do comportamento expressado quanto do autoconhecimento envolvido nesse processo (WICKLUND, ECKERT, 1992, p.10-14).

Assim, um dos motivos para a característica não científica de algumas teorias acerca do autoconhecimento é a mistura que se faz entre o eu e o conhecimento sobre o eu como se fossem intrínsecos, indissociáveis. Entretanto, ao considerarmos que o eu e o autoconhecimento possuem rotas, causas e motivações diferentes pode-se concluir que a força de inclinação a potenciais comportamentos não é informativa o suficiente para concluir sobre o autoconhecimento da pessoa. Ou seja, uma característica pessoal, mesmo que mais destacada em uma pessoa que em outra, não é indicador suficiente para saber sobre o nível de autoconhecimento do indivíduo (WICKLUND, ECKERT, 1992, p.15).

Entretanto, a escola da pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido iguala a manifestação de certos traços pessoais com a presença de autoconhecimento. Alguns dos traços geralmente associados às pessoas com autoconhecimento bem desenvolvido por meio dessa escola são: senso de humor, autonomia, presença de intensidade nos sentimentos, ser aberta, ser livre de fachadas, ser flexível, ter sucesso ocupacional, consistência, honestidade e estar pronta para ver seus pontos negativos (WICKLUND, ECKERT, 1992, p.76).

Outra característica dessa escola é rejeitar influências sociais como um importante componente psicológico para o desenvolvimento do eu e do autoconhecimento individual. Essa escola está comprometida com a ideia que o eu pode vir apenas por meio de introspecção, sem haver influências de outras pessoas e seus valores. Entretanto, ao rejeitar a influência social no comportamento individual criam, assim, uma idealização, um espelho simples e estático de um herói do autoconhecimento, a pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido (*the self-knower*) (WICKLUND, ECKERT, 1992, p.15-17, p.76).

Contrapondo a ideia de não haver influências sociais no processo de autoconhecimento, McGuire & McGuire (1981) e McGuire & Padawer-Singer (1976)

comprovaram que a identificação pessoal ou a falta dela impacta diretamente no comportamento pessoal mesmo quando a pessoa não foca diretamente nesses pontos (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.81-82).

McGuire & McGuire (1981) estudaram cerca de mil crianças por meio de relatos pessoais focando na altura como características individuais para comparar as crianças. A altura foi escolhida, pois era possível definir quem estava na média de altura e quem estava fora da média para, assim, conferir se esse fato era descrito aos pesquisadores quando solicitavam as crianças “Nos conte mais sobre você mesmo”. Do grupo que estava dentro da média de altura, apenas 17% mencionaram a altura como parte de suas descrições pessoais, enquanto no grupo que estava fora da média cerca de 27% comentaram da altura ao descrever si mesmo. Resultados semelhantes foram encontrados em pesquisas que utilizaram como média questões de raça, peso e gênero. Assim, McGuire & McGuire (1981) perceberam que a identificação pessoal ou a falta dela é um fator crítico na descrição de “Quem sou eu” (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.81-82).

McGuire & McGuire (1981) perceberam que ter a capacidade de se distinguir do ambiente a volta é um dos caminhos para pensar sobre si mesmo. Sendo possível associar esse estudo de McGuire & McGuire (1981) com a teoria de James (1890). William James foi um dos teóricos sobre o autoconhecimento e em 1890 pesquisou sobre componentes do eu. Ele percebeu que o ‘eu’ é composto por três facetas distintas, o ‘eu material’ que engloba tudo que é tangível e associado à pessoa, o ‘eu social’ que é composto pelas opiniões dos outros sobre nós e o ‘eu espiritual’ que é composto de qualidades psíquicas como as emoções e desejos. McGuire & McGuire (1981) é associado com a teoria de James (1890) ao perceber que através do campo material, social e pessoal desenvolvemos os comportamentos potenciais. Assim, ao perceber alguma característica pessoal distinta do grupo que faz parte, esse aspecto pessoal automaticamente faz parte das percepções e de algumas descrições pessoais (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.01-02, p.81-82).

Wolff (1932) percebeu que uma vez induzido o processo da atenção autodirecionada para o próprio eu, esse processo é transferível para outros aspectos da pessoa. Wolff (1932) realizou uma pesquisa empírica a qual estudou o reconhecimento da própria voz, sendo que uma parte do grupo realizou o estudo com um espelho a frente enquanto tentavam reconhecer sua própria voz e outra parte do

grupo realizou sem o espelho. Assim, percebeu que uma vez induzida a atenção para si mesmo por meio do espelho, aumentaram as probabilidades de reconhecerem sua própria voz. Como James (1890) havia sugerido, os componentes individuais são interconectáveis e uma vez atento a algum desses componentes, a atenção rapidamente pode transitar por outros componentes que a situação salienta (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.112-113).

Por meio de estudos de Davis e Brock (1975), Carver e Scheier (1978), Fenigstein, Scheier e Buss (1975) e Stephenson e Wicklund (1983) percebe-se que uma simples lembrança de algum aspecto físico pessoal se torna suficiente para uma orientação direcionada para si mesmo. Ou seja, uma vez a atenção focada em componentes do eu, por exemplo, por meio de um espelho ou ouvindo áudios da própria voz, há um aumento na atenção que a pessoa fornece a alguma faceta do eu (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.112-114).

Algumas teorias acerca do autoconhecimento afirmam ser possível ter acesso direto a “verdade” do eu. Entretanto, Gordon Allport (1937) duvidava ser possível cognitivamente ter contato com a essência do seu próprio eu. Para reconhecer pessoas com autoconhecimento bem desenvolvido, Allport (1937) utilizava como critério a perspectiva das pessoas ao redor, os definindo em um nível social e não em um nível introspectivo (ALLPORT, 1937, *apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.17).

Allport (1937) foi o único membro da escola da pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido (*The Self-Knowing School*) que utilizou puramente critérios sociais para reconhecer pessoas com autoconhecimento. Se diferenciando de outros autores dessa escola ao definir características mais amplas e comportamentais do que traços de personalidade pontuais como autonomia ou criatividade para definir uma pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido ou não. Para Allport (1937) a pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido possui (A) Grande senso de si mesmo; (B) Segurança emocional e aceitação de si mesmo; (C) Percebe, pensa e age com entusiasmo de acordo com outras realidades; (D) É capaz de se observar, ter insights e humor; (E) Vive harmonicamente numa filosofia de vida unificada (ALLPORT, 1937, *apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.17-18).

Allport (1937) olhava para o autoconhecimento com a proposta de “evitar as fachadas sociais”. Essa perspectiva, também é explicada por Jourard e Lasakow

(1958), que, para a pessoa se sentir inserida no contexto social, ela se porta de uma determinada maneira que não reflete o seu verdadeiro eu, sendo uma fachada social para se sentir pertencente. Assim, para Allport (1937) uma das características da pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido é conseguir diferenciar fachadas sociais das motivações internas e pessoais e conseguir viver numa filosofia de vida unificada, sendo motivado por quem a pessoa é e não pelo que as pessoas a sua volta esperam que ela seja (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.19).

Outro grande pesquisador sobre autoconhecimento foi Jourard (1958), o qual via insights para si mesmo (*self-insight*) como um pré-requisito para saúde mental. Ele assumia que uma pessoa repleta desses insights para si mesmo poderia ser reconhecida pela capacidade de se autodescobrir com veemência. Jourard (1958/1961) descrevia a pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido como “*self-discloser*” que seria uma pessoa com capacidade de se autodescobrir constantemente (JOURARD, 1958,1961 *apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.19-20).

Segundo Jourard (1958/1961), a característica de se autodescobrir envolve conseguir falar bem de suas próprias emoções e sentimentos conseguindo colocar de lado fachadas sociais e ‘abrindo’ seu próprio eu para os outros. E essa mesma capacidade é utilizada como instrumento para se conhecer mais. A pessoa com a capacidade de se autodescobrir tem a habilidade de falar veementemente sobre si, mas não necessariamente fale sobre si o tempo todo. Jourard (1958/1961) utilizava validação social como forma de classificar se a pessoa tinha a característica de se autodescobrir ou não, ou seja, para ser classificado com essa característica a pessoa tem que ter certa aceitação social (JOURARD, 1958,1961 *apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.19-22).

Alguns autores utilizam de validação social para classificar o nível de autoconhecimento das pessoas. Sinalizando alguns traços, indicadores ou características que são associados à presença de autoconhecimento. Esses traços geralmente são: senso de humor, autonomia, presença de intensidade nos sentimentos, ser aberta e honesta (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.71).

A maior parte dos traços associados às pessoas com autoconhecimento bem desenvolvido não pode ser observada diretamente, assim, inferem, ao observar o comportamento da pessoa. Consequentemente, algumas vezes no processo de

classificar a pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido pode haver equívocos, pois as atitudes pessoais podem ser frutos do comportamento social desejável mais do que frutos de características pessoais. Ponto o qual é importante ter atenção, pois segundo Fazio, Effrein e Falender (1981), expectativas verbais são suficientes para ativar comportamentos para ação. É duvidável se qualquer expectativa social é adequada para estabelecer novos potenciais comportamentos, mas caso o pesquisador não consiga avaliar com certo distanciamento, pode interferir na classificação e no processo da pessoa sobre o nível de autoconhecimento que possui (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.71, p.101-102).

Rogers (1951) olhava para o comportamento como pivô para construção do autoconhecimento. Ele diferenciou entre a pessoa como reflexo de padrões sociais, criado por meio de influência social, e a pessoa como reflexo do seu 'verdadeiro eu', que já existe em cada pessoa, como um core orgânico que é aprimorado por meio da educação. Zurhorst (1983) afirma que Rogers pensava num cerne individual como positivo, dinâmico, orgânico direcionado para natureza individual de cada pessoa. Caso a pessoa conseguisse acessar esse cerne, seria classificada como 'real' e 'congruente', sendo o oposto do apresentado por alguma fachada social (ZURHORST, 1983, ROGERS, 1951 *apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.19-24).

Rogers (1951) afirmou que para desenvolver um senso de responsabilidade, ter direcionamento para si mesmo e desenvolver subprodutos como criatividade é importante haver um ambiente permissivo, ser uma pessoa que assume a responsabilidade por seus próprios atos e manter respeito básico. Rogers (1951) afirmava que a pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido tem habilidades tais como ser capaz de considerar suas habilidades mais objetivamente, possuem a percepção sobre si mesmo como mais independentes, espontâneos, genuínos, mais integrados e menos divididos. Ele classificava a pessoa apenas por meio de relatos pessoais, confiando no respondente, ao invés de classificar por validação social, pois ele acredita que apenas a própria pessoa tem a capacidade de conhecer completamente as dinâmicas das suas percepções e comportamentos (ROGERS, 1951 *apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.23).

Segundo Jourard (1971), Rogers (1950/1951) e parte de Allport (1937) pessoas conectadas com seus verdadeiros eus são classificadas em posições positivas em inúmeras dimensões de valores sociais, como criativas, espontâneas e autênticas.

Maslow (1961) avança nessa interpretação afirmando que o indivíduo autorrealizado, maneira a qual Maslow refere-se às pessoas com autoconhecimento bem desenvolvido, é mais motivado ainda, imparável, dinamicamente auto-justificável moralmente falando (MASLOW, 1961, JOURARD, 1971, ROGERS, 1950/1951, ALLPORT, 1937 *apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.23).

Maslow (1961) afirma que a pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido também sente como se fosse seu próprio chefe, totalmente responsável, realizando suas próprias vontades. Geralmente são mais decisivos, com olhar mais forte, livre de bloqueios, inibições e autocrítica. Sendo muitas vezes mais espontâneo, mais natural, simples, relaxado, sem hesitar, sincero, primitivo em um senso particular, além de criativos e conseguir realizar seus potenciais inatos (MASLOW, 1961 *apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.23).

Na perspectiva de Maslow (1977), a pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido aparenta ser livre de prescrições e influências diárias da sociedade. Descartando certas fachadas sociais ou falsos valores, os quais são impostos, como dito por Maslow (1977), de maneira autoritária. Perspectiva a qual conversa com o modelo dos estágios de moralidade descritos por Kohlberg (1980) o qual indica que nos estágios mais baixos a pessoa se submete aos desejos dos outros. Enquanto no nível mais alto de moralidade a pessoa é caracterizada por desenvolver de maneira autônoma seus princípios de moralidade, e não adere aos impostos por regras sociais (MASLOW, 1977, KOHLBERG, 1980 *apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.26).

Maslow (1977) apontou perigo em se basear no senso dos outros para classificar o nível de autoconhecimento de outras pessoas e recomenda que os autossentimentos sejam desenhados pelas suas próprias competências e aptidões atuais. Assim, Maslow (1977) classifica a pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido baseado em percepções pessoais e não por validação social (MASLOW, 1977, KOHLBERG, 1980 *apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.26).

As afirmações de Maslow (1977) acerca das características gerais da pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido foram confirmadas por outros pesquisadores. Knapp & Shostrom & Knapp (1978) realizaram uma pesquisa empírica tanto com pessoas autorrealizadas quanto sem autorrealização a qual comprovou que pessoas classificadas como autorrealizadas eram mais autônomas, permitiam mais

contato íntimo e possuíam visões mais “fora da caixinha”. Em outro estudo realizado por Fox, Knapp & Michael (1968) com pacientes num hospital de psiquiatria, eles apresentaram menores índices de autorrealização (MASLOW, 1977, KNAPP *et al*, 1978 *apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.27).

Existem críticas sobre utilizar relatos próprios para quantificar o nível de autoconhecimento pessoal, isso pois, verbalizar um estado pessoal pode ter múltiplas determinantes, algumas não sendo associadas diretamente a aspectos internos. Por exemplo, quando falamos frase com “Eu” ou “Meu”, por meio da presença da primeira pessoa, em nosso pensamento é como se carregássemos diretamente essa condição interna, mas que pode não ser verdade. Descrições pessoais, mesmo com pronomes da primeira pessoa, podem ter como fontes as expectativas sociais ou valores culturais e não necessariamente fontes internas (WICKLUND, ECKERT, 1992, p.42-43).

Relatos pessoais podem ser guiados por eventos irrelevantes para questões internas da pessoa que relatou. Refletindo, ao invés de questões pessoais, fatores completamente diferentes tentando se expressar de uma maneira socialmente desejável. Comprovado por meio do estudo empírico realizado por Brooks (1974), o qual avaliou a intimidade e curiosidade de relatos pessoais dependendo de quem era o entrevistador. A pesquisa comprova que, dependendo do poder das relações entre o entrevistado e entrevistador, uma diferente "verdade" sobre o indivíduo é expressada. Os relatos pessoais não são baseados apenas no estado psicológico da pessoa, mas também na imagem que a pessoa deseja aparentar ser ou necessitar ser (BROOKES, 1974, *apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.42-45).

Outra crítica ao definir pessoas com autoconhecimento bem desenvolvido baseados apenas em relatos pessoais é por possuímos um autoconhecimento limitado. Nisbett e Wilson (1977) construíram um experimento solicitando um grupo de pessoas a realizar determinada atividade. Parte desse grupo a realizou com um som alto e perturbador e outro grupo sem barulho. O grupo do barulho acreditou que o som interferiu negativamente no desempenho deles, enquanto na verdade o som não afetou a performance deles. Esse experimento e alguns outros de Nisbett e Wilson mostram que as pessoas geralmente não possuem clareza de como certo padrão de estímulo pode afetá-los. Portanto, os autorrelatos não necessariamente expressam a realidade interna da pessoa, pois em alguns casos ela ainda não conhece alguns

aspectos pessoais e como eles podem variar dependendo da situação (NISBET, WILSON, 1977, *apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.51).

Gibbons (1983), Mischel (1968), Wicker (1969), Wicklund (1982), demonstram que o que é descrito por meio de relatos pessoais raramente têm correlação com os comportamentos que teoricamente derivariam das características relatadas. Willerman, Turner e Peterson (1976) perceberam que relatos pessoais descrevendo comportamentos extremos que a pessoa teria, ao invés do comportamento usual que acredita ter, são mais precisos quando comparados aos comportamentos reais da pessoa. De acordo com Sennett (1974) há uma constante pressão nas sociedades modernas para a pessoa além de ser funcional socialmente falando (na esfera pública) ser também genuína e autêntica simultaneamente, em alguns casos substituindo características pessoais para performar certa personalidade esperada (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.51-56).

Uma das premissas básicas da escola da pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido é a consistência como uma característica pessoal, sendo analisada por alguns pesquisadores por meio de relatos pessoais. Entretanto, como proposto por Fazio *et al.* (1981) analisar essas consistências por meio do discurso implica apenas que a autodescrição pessoal se encaixa com as descrições do ambiente social da pessoa. Possibilitando aparentar ter autoconhecimento bem desenvolvido, mesmo sem a pessoa ter noção do seu próprio eu nem de seus comportamentos potenciais (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.125).

Ser uma pessoa mais aberta, estar disposta a ouvir mais feedbacks, aparentar ser mais tranquila, entre outras características não são necessariamente mais do que um estilo de comunicação aprendido e não necessariamente indicativos de autoconhecimento. Essas características comunicadas podem ser apenas produtos de influências sociais ao invés de ser um indicativo de ter entrado em contato com seu interior e expressá-lo por meio de ações e palavras (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.125-126).

Um outro limitador da escola da pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido é ter evitado abordar o problema do que significa autoconhecimento para as pessoas que não têm vocabulário apropriado para falar sobre o assunto. Não abordar esse tema abre possibilidade para classificar algumas pessoas que possuem

autoconhecimento bem desenvolvido como se não tivesse. Apenas por haver inconsistência nos termos utilizados ou na maneira de se expressar do que é classificado como o arquétipo da pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.56, p.96).

Algumas descobertas realizadas por meio de pesquisas empíricas vão de encontro a descrições estruturadas pela escola da pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido. Segundo essa escola, a pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido seria genuinamente constante, não variaria de acordo com a situação social, seria tolerante e não punitivo como contraposto pelo estudo de Carver (1975). Além do fato que teria uma perspectiva de aprendizados mais puritanos como contraposto pela pesquisa empírica de Gibbons (1978). Por meio dos estudos citados, o autoconhecimento seria um fenômeno de curta duração que pode ser aumentado por meio de ações de autofoco (*self-focusing*) como se olhar no espelho enquanto responde sobre algum traço de personalidade. Contrapondo a ideia de ser uma característica constante, o comportamento da pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido pode variar dependendo do contexto (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.124-125).

Diversos estudos realizados por Pryor, Gibbons, Wicklund, Fazio e Hood mostram que a indução de autofoco pode resultar em autoconhecimento na forma de consistência. Seja por meio de descrição de seu comportamento, por descrever sua personalidade, por testes de capacidade ou por adquirir novo repertório de comportamento. Mostrando que consistência é uma característica que nem sempre está presente na pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido, mas quando está presente, a consistência pode incrementar o autoconhecimento (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.114-118).

Uma outra possibilidade de compreender o nível e o processo de autoconhecimento, além dos relatos pessoais, é por meio de validação social. Isso, pois acreditam que tal como as autorreferências, os autodirecionamentos podem ser mostrados diretamente da parte pessoal conhecida, controlável, manipulável ou observável em circunstâncias sociais. Apenas por meio da fala podemos nos autot classificar como pessoas com autoconhecimento bem desenvolvido ou não, entretanto, essa afirmação pode estar tendenciosa. As falas classificadas como vindas de alguém com autoconhecimento bem desenvolvido podem ter origens em bons

treinos utilizando o vocabulário da personalidade que gostaria de ter ou podem vir do background de expectativas sociais mirando alguma direção específica (WICKLUND, ECKERT, 1992, p.105).

Alguns teóricos acreditam que a própria pessoa não está na posição de poder julgar ou reconhecer influências acerca de seu autoconhecimento. Por esse motivo, para avaliar o autoconhecimento de uma pessoa com mais imparcialidade é necessário que tenham duas pessoas envolvidas no processo, uma que será observada e um observador ou cientista para compreenderem de onde vem esse autoconhecimento. Sendo possível o observador traçar um curso do background social da pessoa estudada sem se envolver e encontrar detalhes suficientes para entender se a característica citada era produto de uma influência social, ou era de fato uma característica de autoconhecimento e que estimule comportamentos futuros nessa direção (WICKLUND, ECKERT, 1992, p.106).

De acordo com Fazio e Zanna (1978) para ter conhecimento sobre algum traço psicológico pessoal é importante que a pessoa já tenha passado por alguma experiência que ressalte esse traço, que esteja cognitivamente acessível. Fazio e Zanna (1978) afirmam que para a pessoa responder sobre o possível comportamento pessoal, por exemplo, quando ver algum tipo de preconceito de raça é importante que a pessoa já tenha passado por alguma situação que envolva esse acontecimento ou até mesmo uma conversa com pessoas desse grupo já traz reflexos nas atitudes pessoais. Isso porque ao falar de uma atitude ou um tipo de comportamento pessoal não coloca necessariamente o indivíduo em uma posição de se conhecer, mas tendo contato antes de responder sobre seu potencial comportamento traz mais consistência para a resposta olhando suas atitudes pessoais (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.142-143).

A pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido apresenta um substancial crescimento na consistência entre valores e comportamentos ou entre personalidade e comportamento como apresentado por Carver (1975), Gibbons (1978) e Hormuth (1982). Junto de uma atmosfera que direcione a atenção autorreflexiva traz a pessoa a focar em pilares fortes e pertinentes particularmente falando (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.144).

Assim como na perspectiva de Rogers (1950), Maslow (1961), Jourard (1971), Assagioli (1973) e Forisha (1981), libertar o seu eu de fachadas sociais e traçar caminhos na direção do seu verdadeiro eu requer algumas assistências do mundo exterior. No caso de Maslow (1961) é conhecendo sua própria raiva, conhecendo seu senso de autonomia e descobrindo mecanismos para cuidar de si (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.29).

Um outro pesquisador sobre autoconhecimento foi Bem (1972). Ele acredita que o autoconhecimento é equivalente à uma inferência, uma espécie de palpito lógico, juntando pedaços baseados em comportamentos e contextos mais do que o autoconhecimento ser resultado direto da auto-observação. Isso, pois, Bem (1972) e Skinner (1957) afirmam que a maneira escolhida pela pessoa para descrever eventos pessoais como dor, emoção, atitudes e impulsos são aprendidas no contexto de trocas sociais. Bem (1972) se posiciona falando que a criança não tem acesso direto à sua subjetividade e usa a linguagem fornecida pelos pais e pessoas próximas para descrever seus estados internos. Ele afirma que mesmo nos adultos o acesso direto com eventos internos é mínimo e “conhecemos” nossas próprias atitudes, emoções e estados internos inferindo da observação das pessoas ao redor ao expressar seus comportamentos e as situações em que o comportamento acontece (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.83).

Bem (1968) é um dos teóricos da teoria da autopercepção, a qual faz a separação entre o eu e os aspectos sobre o eu. Entretanto, essa teoria não faz distinção entre o eu e o autoconhecimento. Isso, pois, Bem (1968) não aprofundou na teoria avançando, por exemplo, para pesquisas empíricas, concluindo apenas por meio de inferências. A teoria da autopercepção parte da confrontação externa sobre “Quem eu sou” e a necessidade desse estímulo externo mostra que a teoria não oferece variáveis sistemáticas que instigue o autoconhecimento partindo apenas do indivíduo (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.85-88).

Bem (1972) limitou o conhecimento sobre o eu ao conhecimento das atitudes pessoais, sem aprofundar muito no indivíduo. Ele vê o autoconhecimento sem ser necessário um contato profundo com a pessoa, isso, pois, a inferência não passa de ser uma simples descrição do comportamento ao invés de partir de introspecção ou do contato com seu verdadeiro eu (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.87-88).

Fazio (1986), Fazio & Zanna (1978), Zanna & Fazio (1982) afirmam que, por meio do comportamento, a atitude pode ser transformada em uma entidade latente, a qual não precisa ser pensada para acontecer. A pessoa que recentemente se comportou de determinada maneira tem maior probabilidade de pensar sobre o comportamento aprendido, dando outras formas ao autoconhecimento. Fato comprovado por um experimento realizado por Regan e Fazio (1977) com objetivo de medir as diferenças nos degraus de consistência entre o indivíduo que teve o estímulo por si mesmo e indivíduos que tiveram o estímulo assessorado (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.88-89).

Em seu estudo, Regan e Fazio (1977) juntaram pessoas com certa habilidade em resolver um desafio e os separaram em dois grupos, um tendo uma experiência indireta assistindo uma pessoa mostrar exemplos solucionados dos desafios, ouvindo possíveis rotas de solução. Enquanto o outro grupo obteve uma experiência direta podendo brincar com o desafio antes de começarem a metrificar a experiência. Na conclusão desse experimento os pesquisadores perceberam maior consistência entre as atitudes e o tempo de exploração antes da atividade nas pessoas que brincaram antes com o desafio, provando que a experiência, o contato com o desafio previamente trouxe mais consistência na hora de solucionar o desafio final (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.88-89).

Fazio (1986) sugere que trabalhando os comportamentos de fato traz as atitudes do indivíduo para a parte mais importante de seu pensamento. Se o comportamento é pertinente com as atitudes, o sujeito age e mensura mais rápido que quando o comportamento não é tão imediato. Powell & Fazio (1984) classificam que o autoconhecimento não é se conhecer plenamente, e sim em um determinado momento a pessoa está consciente de determinada atitude. Fazio e Zanna apontaram repetidas vezes que o *comportamento* é uma rota para esse tipo de autoconhecimento. Uma atenção cognitiva as atitudes de uma pessoa geram ramificações diretas da pessoa para seus comportamentos subsequentes (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.90-91).

As teorias desenvolvidas por Fazio & Zanna (1978) e Powell & Fazio (1984) não têm como objetivo apresentar uma pessoa com autoconhecimento bem desenvolvido sendo a pessoa que entrou em contato com seu verdadeiro eu. Eles analisam apenas um comportamento ou atitude por vez, limitando para algumas

tendências direcionadas à um objeto ou uma situação. Para Fazio e Zanna (1978) se comportando por meio de uma administração da atitude relevante é uma maneira suficiente de trazer consciência e atenção à uma atitude já existente (*apud* WICKLUND, ECKERT, 1992, p.91-92).

2.6 Outras perspectivas sobre autoconhecimento

A palavra em inglês “*self-awareness*” é conceituada na *International Encyclopedia of the Social Sciences* por Paula J. Silva como “a capacidade de se ver como um objeto de pensamento e pensar sobre o que está pensando, fazendo e experienciando” (2nd ed, p.387, tradução nossa). Silva também explica que o estudo do termo “*self-awareness*” foi investigado por Shelley Duval e Robert Wicklund’s (1972) no artigo nomeado “*A Theory of Objective Self Awareness*”, *New York*.

Uma pesquisadora contemporânea sobre autoconhecimento, estudado por ela por meio do termo “*self-awareness*”, é Tasha Eurich, psicóloga organizacional. A qual definiu o autoconhecimento em dois âmbitos diferentes, sendo eles o “*internal self-awareness*” e o “*external self-awareness*”, ou seja, o autoconhecimento interno e o autoconhecimento externo (Eurich, 2018, p.4).

O autoconhecimento externo é a habilidade de compreender como somos vistos, como os outros veem nossas paixões, valores, aspirações, reações. Esse autoconhecimento é geralmente associado com alta empatia e relacionamentos mais satisfatórios entre líder e empregado. O autoconhecimento interno é a habilidade de ver suas próprias ambições, saber como se encaixa no mundo, compreendendo suas próprias reações e seus impactos no próximo. Eurich explica que entre autoconhecimento interno e externo há a tendência de um sobrepor o outro. Entretanto, pessoas com autoconhecimento melhor desenvolvido ficam ativamente focadas em balancear essa escala (Eurich, 2018, p.4-5).

Segundo Eurich (2018) para uma pessoa realmente ter autoconhecimento bem desenvolvido deve contemplar, simultaneamente, as quatro características seguintes: (A) a pessoa deve se considerar com autoconhecimento; (B) alguém que o conhece bem deve reconhecer que realmente possui autoconhecimento; (C) a pessoa deve

considerar que aprimora constantemente o autoconhecimento; (D) o conhecido que o avaliou no item B deve concordar que a pessoa constantemente aprimora o autoconhecimento. Ou seja, Eurich (2018) classifica as pessoas com autoconhecimento bem desenvolvido por meio de validação social (p.3-5).

Ao contemplar essas 4 características, a pessoa está com o autoconhecimento classificado como “*AWARE*”, o arquétipo do líder que tem o autoconhecimento interno e externo bem desenvolvidos. Eurich, organiza os líderes com autoconhecimento em desenvolvimento em quatro arquétipos:

- (A) *Seekers* (Procuradores): Não sabem ainda quem são e como as pessoas o veem, fator que pode gerar frustrações e afetar relacionamentos;
- (B) *Introspectors* (Introspectivos): sabem exatamente quem são, mas não se desafiam a ver a perspectiva do outro, fato que pode prejudicar suas relações e limitar o sucesso;
- (C) *Pleasers* (“Agradadores”): focam em aparentar ser exatamente como os outros o veem, assim, tendem a tomar decisões profissionais que vão de encontro com seu sucesso;
- (D) *Aware* (Conhecidos): sabem quem são, o que querem e o que buscam alcançar, procuram e validam a opinião dos outros “esses são os líderes que começam a ficar completamente realizados, o verdadeiro benefício do autoconhecimento” (Eurich, p.5, tradução nossa).

Também é possível destacar a importância do autoconhecimento por meio da Teoria da Integração desenvolvida por Paula M. G. Soares em 2003. Essa teoria explica que é fundamental tudo estar integrado para que possibilite uma visualização panorâmica da vida e do meio envolvido (p.364).

Soares (2003) acredita que existe a necessidade de integrar, pois o excesso do olhar microscópico ao longo do século XX cria a miopia do todo, gerando desequilíbrios em áreas de conhecimento. Com o passar do tempo surgiu mais forte a necessidade da interdisciplinaridade para compreender alguns conceitos que suas partes são compostas por mais de uma área de estudo (Soares, 2003, p.55). Ostrower (2014) provoca em relação ao excesso de especialização. Afirmando que focar exclusivamente em questões de especialistas e “especializações dentro de

especialidades” haveria uma grande redução no potencial humano, incluindo a redução do potencial criativo também (p.38).

Um exemplo de reflexo da miopia do todo é a matéria “Criatividade e Inovação nas Organizações” do departamento de Administração da Universidade de Brasília, ministrada pela professora doutora Siegrid Guillaumon. Essa matéria utiliza conceitos desenvolvidos na administração, gestão, psicologia e artes para explicar e desenvolver criatividade nos estudantes de administração. Essa matéria faz o uso de mecanismos como pintura, fotografia, leituras, visitas ao Parque Nacional de Brasília, imagens, artes, slides, escritas, desenhos e resumos, para integrar diversas áreas do conhecimento a fim de construir um entendimento com menos lacunas, integrado e conectado. Outro exemplo é o caso desta pesquisa que utiliza escritores e conceitos das artes, psicologia, psicologia organizacional, tecnologia e administração para compreender possíveis relações entre criatividade e autoconhecimento. Soares acredita que por meio da integração utilizando criatividade e autoconhecimento é possível diminuir lacunas de conhecimento, ter uma visão mais panorâmica do todo (2003, p.364).

O processo do autoconhecimento também é repleto por desafios, como explicado por Maslow que afirma que o processo do crescimento traz também dores intrínsecas, pois significa “abrir mão de algo familiar”. Mesmo com as perdas, o desenvolvimento progressivo acontece e, assim, requer coragem, vontade, permissão e encorajamento do ambiente para se desenvolver. Então, mesmo nem sempre sendo um momento prazeroso, o crescimento vai acontecer e por meio do autoconhecimento é possível entender a direção que está seguindo, saber propósitos e suas virtudes (*apud* Stephens, 2003, p.47-48).

Maslow afirma que “necessitamos de um tipo diferente de ser humano que esteja apto a viver em um mundo perpetuamente em mudanças” (*apud* Stephens, 2003, p.188). Ou seja, estarmos aptos a mudar, que não haja estagnação, pois os fatos ficam obsoletos rapidamente, o mundo está perpetuamente em mudanças, se fazendo necessária a adaptação, a transformação (*apud* Stephens, 2003, p.188). Um caminho para conhecer seu potencial e para que as crianças se tornem seres mais íntegros é por meio da arte na educação, como proposto por Maslow (*apud* Stephens, 2003, p.187).

2.7 Criatividade e Autoconhecimento

Maslow afirma que “A boa adaptação ao mundo real significa uma partição do indivíduo.” (*apud* Stephens, 2003, p.29). Ou seja, a partição do indivíduo acontece também por meio da cultura, porque temos a necessidade de integrar uma comunidade, somos interdependentes. Isso faz com que o indivíduo negue características do inconsciente que significam perigo, mas, ao fazer isso ele perde fontes de alegria, da capacidade de se divertir, de fantasiar, perde um pouco de sua criatividade, pois é no inconsciente onde ela se encontra. Assim, é importante reconhecer a natureza interior ao invés de suprimir, pois é onde está a pura espontaneidade, sem controle, autocrítica e moderação (*apud* Stephens, 2003, p.40, p.46, p.29 & p.222).

Ostrower (2014) afirma que “O potencial da renovação existe sempre, mas necessita de condições reais para ser exercido. Essas condições reais se reportam a conteúdos de vida, pois é em relação aos *valores interiorizados* que se dá a criação.” (p.159). Ou seja, por meio de questões vividas e apropriadas que desenvolvemos repertórios para qualquer criação, qualquer formação.

Ostrower (2014) também comenta das delimitações. Todas as relações, atitudes e formações têm suas delimitações, entretanto, a mesmas “servem de fonte inesgotável para a criação, ao mesmo tempo incentivando e orientando a ação humana.” (p.160). Isso, pois, as delimitações mostram certos limites, certos lugares que se pode chegar. E a cada criação esses limites são reajustados, muitas vezes se ampliando, deixando mais características comporem seus limites. “Os limites não são áreas proibitivas, são áreas indicativas. São meios e modos de identificar um fenômeno. Ao encontrar os limites, podemos configurar o fenômeno e, mais importante, ao esclarecer os limites, qualificamos o fenômeno” (p.160).

Acrescentando que “Essa capacidade de reconhecer limites, de si, em si, para si e em relação aos outros, permite ao indivíduo agir livremente.” (Ostrower, 2014 p.162). Associando o processo de se conhecer, saber seus próprios limites para incorporá-los e desafiá-los em suas criações. Cada vez reconhecendo, reestruturando e redefinindo os limites tanto interiores quanto do ambiente.

Maslow comenta que a característica que faz um grande artista é a capacidade de reunir cores conflitantes e dissonâncias de todos os tipos dentro de uma unidade.

“é isto que faz um grande teórico (...) um grande inventor. São todos integralistas, capazes de unificar o que está separado e conciliar os opostos” (*apud* Stephens, 2003, p.28). Assim, para “atingir uma criatividade construtiva, sintetizadora, unificadora e integrativa depende, em parte, da integração interior do indivíduo.” (Maslow *apud* Stephens, 2003, p.28). Sendo muito importante desenvolver e aprimorar o autoconhecimento para conseguir se compreender e agir de forma integral, entretanto o processo de se conhecer não é apenas prazeroso (Maslow *apud* Stephens, 2003, p.28).

A Teoria da Integração de Paula M. G. Soares pretende, a partir da compreensão integral do processo criativo “testemunhar o processo de autoconhecimento do e para o artista.” (Soares, 2003, p.184). Isso se dá, porque o processo criativo se liga ao processo de ganho de consciência, trazendo relação entre autoconhecimento e criatividade por meio da criação.

Soares (2003) explica que um dos possíveis caminhos para a integração é por meio da criatividade e do autoconhecimento.

“Associando a criatividade ao processo de autoconhecimento podemos obter resultados criativos mais conscientes, podemos (...) abrir portas para uma consciência do futuro – uma consciência integrada” (Soares, 2003, p.183).

Ostrower (2014) afirma que “Esse entendimento de si é um processo e não um estado de ser. Contém como correlata a possibilidade de o indivíduo constantemente diversificar-se e acrescentar a si próprio dentro de sua coerência.” (p.165). Sendo constantemente questionado, ressignificado e retratado por meio de criações, expressões criativas tanto o estado interno quanto questões ambientais dos indivíduos. Como Ostrower (2014) diz “Criar é tão difícil ou tão fácil como viver. E é do mesmo modo necessário.” (p.166). Sendo importante reconhecer e desafiar esses espaços, se descobrindo, se conhecendo, determinando novos limites, apreciando a vida, a criação e a criatividade.

3. Métodos e Técnicas de Pesquisa

3.1. Tipologia e descrição geral dos métodos de pesquisa

Essa pesquisa é qualitativa, de caráter exploratório, empírica e recorte transversal (Gerhardt, Silveira, 2009, p.31-36). Desenvolvida para compreender possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade. Por meio da análise das percepções dos estudantes de Administração ao longo dos semestres de 2020 a 2023.

3.2 Caracterização do objeto de estudo

Esta pesquisa se propõe a estudar as percepções dos estudantes de Administração sobre possíveis relações entre Autoconhecimento e Criatividade. Foram selecionados estudantes que cursaram a matéria Criatividade e Inovação nas Organizações ao longo do primeiro semestre de 2020 até o primeiro semestre de 2023. No decorrer da pesquisa a cada semestre houve uma aula expositiva sobre o tema com coleta de informações por meio de questionário. Obtendo, assim, respostas mais estruturadas sobre a percepção dos estudantes quanto ao tema, totalizando sete aplicações do questionário.

3.3 Participantes da pesquisa

Foram selecionados os estudantes de Administração da Universidade de Brasília por conta da possibilidade de um contato mais próximo. No decorrer da pesquisa, a matéria Criatividade e Inovação nas Organizações do departamento de Administração da UnB foi ministrada pela professora doutora Siegrid Guillaumon. Professora a qual possibilitou a cada semestre uma roda de conversa com os estudantes sobre o tema dessa pesquisa que ao final respondiam ao questionário. Unindo as respostas das sete aplicações do questionário totaliza 224 respostas. Dos

quais apenas 5 respostas foram de estudantes de Gestão de Políticas Públicas da UnB.

O presente estudo analisa respostas de seis das sete aplicações do questionário. Totalizando 200 respostas analisadas. Sendo que 198 dos respondentes, 99% da amostra, é composta por estudantes de Administração. Sendo apenas 1% das respostas provenientes de estudantes de Gestão de Políticas Públicas que cursaram a matéria “Criatividade e Inovação nas Organizações”.

3.4 Instrumentos de pesquisa e procedimentos de coleta

Com o objetivo de ouvir a percepção dos estudantes de Administração quanto ao tema, a partir de 2020 até o primeiro semestre de 2023 houve oficinas/rodas de conversa sobre criatividade e autoconhecimento. Foram expostos conceitos, pesquisadores, reflexões e associações com arte, Administração, criatividade e autoconhecimento. Ao final de cada conversa os estudantes responderam à um questionário no *Google Forms*, compartilhando suas percepções, argumentações e vivências sobre o tema, totalizando sete oficinas/rodas de conversa e sete aplicações do questionário.

O questionário respondido pelos estudantes de Administração era composto por três pilares, sendo eles, arte, criatividade e autoconhecimento. Tangenciando também o contexto da pandemia da Covid-19 e a percepção “pós” pandemia.

No primeiro semestre de pesquisa, 1/2020, as aulas presenciais da Universidade de Brasília foram suspensas, sendo ministradas remotamente por conta da pandemia da Covid-19. Apenas no segundo semestre de 2022 as aulas presenciais retornaram. Por conta do contexto, o questionário associava criatividade, autoconhecimento, arte e pandemia. Das sete aplicações, exceto o primeiro questionário, as outras seis aplicações continham exatamente as mesmas perguntas.

O primeiro questionário foi respondido após a primeira oficina/roda de conversa sobre o tema, a qual teve como objetivo aproximar o estudante de Administração de arte, abordando algumas perspectivas do que pode ser considerado como arte. Algumas perguntas do questionário foram: “Dê alguns exemplos do que considera que

é arte.”; “A arte na pandemia te incentivou a ser mais criativo?”; “A arte consumida/produzida na quarentena estimulou de alguma forma o seu autoconhecimento? Como?”; “Para você existe relação entre criatividade, arte e autoconhecimento (tanto 2 desses quanto entre os 3)? Se sim, qual e como?”.

As alterações da primeira para as outras aplicações do questionário foram transformando algumas perguntas. Por exemplo, a partir do segundo questionário, solicitava “Dê alguns exemplos do que você considera que pode ser expressão artística”. Diferenciando entre o primeiro e as aplicações seguintes ao perguntar sobre “expressões artística” e não diretamente sobre “arte”. Isso se deu ao fato que após a primeira oficina fica explícito certo distanciamento que o estudante de Administração sente da arte. Apresentando certa proximidade com seu próprio repertório e expressões artísticas construídas, mas que em muitos momentos não sente como arte.

Conseqüentemente, no primeiro questionário havia a pergunta “A arte na pandemia te incentivou a ser mais criativo?”. Assim, do segundo questionário em diante modifiquei a questão para “A ampliação do seu repertório durante a pandemia te incentivou a ser mais criativo?”. Questionando se o aumento de repertório incentivou a criatividade ao invés de questionar se a arte foi um incentivador de criatividade nesse período.

O primeiro questionário continha a pergunta “A arte consumida/produzida na quarentena estimulou de alguma forma o seu autoconhecimento? Como?”. Do segundo questionário em diante foi modificada para “Ser mais criativo na pandemia estimulou de alguma forma o seu autoconhecimento? Como?”. Diferenciando do primeiro questionário ao relacionar diretamente criatividade e autoconhecimento ao invés de associar apenas arte e autoconhecimento como no primeiro.

Outra modificação foi para a pergunta analisada no presente estudo “Para você existe relação entre criatividade e autoconhecimento? Se sim, qual e como?”. Questionando diretamente sobre possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade, sem envolver diretamente arte. No primeiro questionário a pergunta foi “Para você existe relação entre criatividade, arte e autoconhecimento (tanto 2 desses quanto entre os 3)? Se sim, qual e como?”. Muitas respostas do primeiro questionário

abordaram arte como interlocutor ao invés de focar em possíveis relações entre criatividade e autoconhecimento que é o objeto de pesquisa desse estudo.

A partir do segundo questionário houve o acréscimo da pergunta “Você acha que expressar a criatividade provoca um processo de autoconhecimento?”. Pergunta objetiva a qual especifica uma possível relação entre autoconhecimento e criatividade. Sendo mediadora das opiniões dos estudantes da Administração quanto possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade porque especifica uma relação, ou seja, quando responderem “sim” a essa pergunta, acreditam que existe pelo menos alguma relação entre esses pilares.

As sete aplicações do questionário totalizaram em 224 respostas. Sendo 24 na primeira aplicação, 31 na segunda, 37 na terceira, 36 na quarta, 31 na quinta, 25 na sexta e 40 na sétima aplicação. Para o presente estudo foram selecionadas as respostas da segunda aplicação do questionário em diante, as quais continham a pergunta: “Para você existe relação entre criatividade e autoconhecimento? Se sim, qual e como?” totalizando 200 respostas.

3.5 Análise de dados

Para analisar as respostas à pergunta “Para você existe relação entre criatividade e autoconhecimento? Se sim, qual e como?” escolhi duas rotas distintas. A primeira rota foi analisar todas as respostas manualmente e desenvolver categorias relativas as possíveis relações entre criatividade e autoconhecimento apresentada pelos respondentes do questionário.

Na segunda rota realizei uma análise de sentimento e categorização utilizando como instrumento de análise o *ChatGPT*, inteligência artificial desenvolvida pela empresa *OpenAI*. Escolhi esse instrumento de análise de dados por conta da praticidade disponibilizada pela interface de interação atual do *ChatGPT*. Além da possibilidade de integrar inteligência artificial ao desenvolvimento acadêmico.

Fundamental no desenvolvimento dessa segunda rota de análise foi o professor doutor Victor Rafael Rezende Celestino que auxiliou na compreensão das possibilidades de análise de dados utilizando ferramentas alternativas.

Disponibilizando seus conhecimentos, insights, tempo e dedicação para auxiliar nos avanços da análise por meio do *ChatGPT*.

Atualmente o *ChatGPT* é uma ferramenta *online* que proporciona interação com uma inteligência artificial a qual possui certo nível de memória, possibilitando desenvolver um diálogo. Interface a qual foi lançada em junho de 2020, treinada com informações até setembro de 2021. Por ser uma inteligência artificial é possível haver certas “alucinações” nas respostas fornecidas pelo *ChatGPT*. Para evitar “alucinações” na análise do presente estudo, realizei um curso fornecido pela *OpenAI* na plataforma *Deeplearning.AI* chamado “*ChatGPT Prompt Engineering for Developers*” (Engenharia de *Prompts ChatGPT* para Programadores). Curso o qual ensina como desenvolver melhores *prompts*, textos com orientações a serem realizadas pelo *ChatGPT*. Quanto mais precisas e específicas forem as orientações no *prompt*, melhores são os resultados do *ChatGPT*.

Foram desenvolvidos cerca de 37 *prompts* distintos, realizados inúmeros testes com o *ChatGPT* até a versão final do *prompt* para analisar as 200 respostas. Na construção do *prompt* final foram testadas diversas maneiras de solicitar a análise de sentimentos e categorização.

A versão final selecionada analisa em um novo *chat* as respostas do questionário separadas por semestre de aplicação. Ou seja, a análise de dados deste trabalho se deu por meio de seis *chats* distintos com o *ChatGPT*. Cada um dos seis *chats* analisava as respostas de uma das aplicações do questionário sendo cada análise composta por três *prompts* totalizando 18 *prompts* na análise deste trabalho. Encontra-se no apêndice *links* dos *chats* com as análises de sentimento e categorização realizadas com o *ChatGPT*.

Essa maneira de analisar cada semestre em um novo *chat* foi a melhor, pois ao inserir respostas de mais de uma aplicação do questionário num mesmo *chat* a probabilidade de “alucinações” nas respostas aumentavam. As “alucinações” percebidas no processo de análise do presente estudo foram:

1. Exclusão de respostas dos estudantes;
2. O *ChatGPT* criar respostas para a pergunta analisada;
3. Inserção de respostas que o *ChatGPT* entendia que eu havia fornecido.

Nos seis *chats* e 18 *prompts* desenvolvidos para análise de dados desse estudo mantive idêntico o primeiro de todos *prompts* nos respectivos *chats*. Isso, pois o primeiro de todos os *prompts* foi desenvolvido pensando em como evitar as prováveis “alucinações” que o *ChatGPT* apresentou ao logo dessa análise de dados.

O *prompt* inicial contextualiza sobre a pesquisa. Solicita para ser realizada na perspectiva de um pesquisador acadêmico que está estudando possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade por meio de respostas de estudantes de Administração da Universidade de Brasília. Contextualiza sobre o questionário informando outras perguntas que não foram selecionadas para o estudo. Orienta utilizar como base para análise de conteúdo e pesquisa qualitativa Laurence Bardin. Solicita realizar uma análise de sentimentos e, com base nela, construir uma categorização.

As duas outras partes dos *prompts* desenvolvidos continham o primeiro parágrafo idêntico solicitando a categorização e retorná-la em formato de tabela, diferenciando entre si nos parágrafos seguintes. Se diferenciam, pois nos outros *prompts* de cada *chat* apresentam as respostas da aplicação correspondente do questionário a ser analisada. Sendo a segunda parte dos *prompts* é responsável por apresentar as respostas a serem analisadas no respectivo *chat*. Enquanto a terceira parte dos *prompts* solicitava para revisar as categorias desenvolvidas e recategorizar respostas que eventualmente o *ChatGPT* excluía da análise.

No primeiro *chat* das análises realizadas pelo *ChatGPT* apresento como exemplo duas categorias desenvolvidas na primeira rota de análise de dados do presente estudo. Elas são:

1. Criatividade como consequência
 - 1.1. Categoria desenvolvida por meio da resposta “Sim, acho que quando você se conhece, a criatividade aflora”
2. Autoconhecimento como diferencial para expressar a criatividade
 - 2.1. Desenvolvida por meio da resposta “sim, eu acredito que pra fazer coisas de um jeito unico o autoconhecimento ajuda bastante”

Com o objetivo de possibilitar diversos agrupamentos, solicitei que o *ChatGPT* apresentasse uma palavra-chave correspondente a cada categoria desenvolvida no processo de análise de dados. Assim, posteriormente à análise e categorização do

ChatGPT, construí macrocategorias compostas por palavras-chaves que abordam sobre possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade por perspectivas parecidas.

Na análise das 200 respostas estudadas utilizei duas respostas e duas categorias como exemplo de categorização. Assim, o *ChatGPT* analisou e categorizou 198 respostas e construiu 159 categorias distintas sendo que uma se refere às respostas que ele não conseguiu classificar representando 16 respostas do questionário, 8% da amostra. De todas as categorias desenvolvidas o *ChatGPT* selecionou 111 palavras-chaves distintas que as representam.

4. Resultados e discussão

4.1. Primeira Rota

A primeira rota de análise desenvolvi manualmente. Categorizei as respostas obtidas nas seis aplicações do questionário que continham a pergunta “Para você existe relação entre criatividade e autoconhecimento? Se sim, qual e como?”. Analisei 200 respostas e desenvolvi 22 categorias distintas das quais 8 categorias totalizam 91% das respostas. As categorias com maiores frequências são:

1. Criatividade como consequência do autoconhecimento (29,50%);
2. Criatividade como causa do autoconhecimento (24,50%);
3. Relação dialógica entre autoconhecimento e criatividade (19%);
4. Não especificou relação (9%);
5. Autoconhecimento como diferencial para expressar a criatividade (3%);
6. Criatividade como expressão (2,50%);
7. Autoconhecimento na percepção dos limites (2%);
8. Relação de dependência entre autoconhecimento e criatividade (1,50%).

A classificação “criatividade como consequência do autoconhecimento” foi possível por meio de respostas como:

“Sim! Para mim, o autoconhecimento é um grande responsável pelo desenvolvimento da criatividade. Acho que o grande ponto do autoconhecimento é a possibilidade de sincronidade, para todos os aspectos da vida. Dessa forma, você é cada vez mais capaz de perceber os seus momentos de silêncio, alegria, tristeza, euforia e também de criação. Além de ser um processo de entender os seus gostos, desgostos, preferências, o que facilita a criatividade.”

Outras respostas categorizadas em “criatividade como consequência do autoconhecimento” associam autopercepção, presença em si e compreensão. Por exemplo “Quando conhecemos nossos potenciais somos mais criativos dentro dos nossos limites”. Como também, “Sim , quando você se conhece bem você tem coragem para sair da caixa e pensar diferente”. Outros exemplos que descrevem essa relação são: “Muita! Quando eu me autoconheço sinto que consigo ser mais eu mesma e me libertar mais para deixar as emoções fluírem e, conseqüentemente, me sinto mais criativa.”.

Olhando por uma perspectiva diferente, categorizei “criatividade como uma das causas do autoconhecimento”, por meio de respostas como “A criatividade te coloca

num lugar que exige autoconhecimento”. Como também “sim, a criatividade te permite se conhecer em níveis mais profundos, pois libera emoções que normalmente não são comentadas sobre”. Outro exemplo é “Sim, através da expressão criativa você tem acesso ao seu próprio interior exteriorizado, de forma que se permite uma autoanálise a partir daquilo que foi ‘criado’”.

Outra classificação de possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade foi como “relação dialógica”. Relações dialógicas proporcionam dinamicidade, pois cada um dos seus componentes faz parte do outro compondo e recriando o todo a cada interação que envolve algum dos agentes da relação (Santos, E., Almeida, M, 2020). Respostas que foram classificadas na categoria “relação dialógica” foram, por exemplo, “Sim. Nos tornamos mais criativos quando exploramos nosso autoconhecimento e aprimoramos nosso autoconhecimento quando exploramos nossa criatividade.”. Além de: “Sim, o processo criativo ao mesmo tempo necessita de autoconhecimento(antes) e transforma o autoconhecimento(durante e depois) (...)”. Como também:

“Para mim sim. Na minha opinião, quanto mais autoconhecimento temos, mais entendemos o que nos bloqueia e o que nos estimula a ser criativos, além de nos tornar mais confiantes para errar e fazer coisas fora da curva. Perdemos aquele julgamento tão cruel que acaba nos podendo de ser criativos. O oposto também é válido: quanto mais exercitamos a nossa criatividade e saímos da zona de conforto, mais testamos e conhecemos a nós mesmos.”

Algumas respostas interpretadas como relações dialógicas abordam sobre repertório, forma de se expressar, processo criativo e processos internos. Fato percebido por meio de respostas como “sim, é criando que nós conhecemos e para criar precisamos nos conhecer também”; “(...) A forma como você expressa a sua criatividade está relacionada com quem você é.”;

“Sim. Para ser criativo é essencial ter contato consigo mesmo para posteriormente externalizar isso. A criatividade permite que a gente explore novas maneiras de vir a ser no mundo - tendo uma relação profunda com o autoconhecimento.”

A categoria “criatividade como expressão” surgiu por meio de respostas como “sim, criatividade é uma forma de expressão do autoconhecimento”; “Sim, acredito que por meio da criatividade você expressa sentimentos que você nem sabia que existiam em você”.

Ao apresentar as categorias desenvolvidas na primeira rota de análise de dados do presente estudo ao professor Victor Rafael Rezende Celestino ele destacou a dificuldade de comprovar cientificamente relações de causa e consequência em pesquisas sociais. Sendo possível interpretá-las dessa maneira, mas não comprová-las cientificamente por meio dos dados obtidos nas aplicações do questionário. Assim, surgiu a ideia da segunda rota de análise de dados deste estudo.

4.2. Segunda Rota

A segunda rota de análise de dados foi realizada por meio do *ChatGPT*. Apresentei contextualização da pesquisa, as respostas a serem analisadas e solicitei utilizar como base para análise de conteúdo e pesquisa qualitativa Laurence Bardin.

Em seis *chats* distintos com o *ChatGPT*, ele analisou e categorizou 198 respostas, pois informei 2 repostas como exemplos de categorização. Construiu 159 categorias distintas sendo que uma das categorias se refere às respostas que ele não conseguiu classificar que representa 8% da amostra. Dentre as categorias desenvolvidas pela inteligência artificial e as duas fornecidas, ela selecionou 111 palavras-chaves distintas as representam.

Dentre as 159 categorias desenvolvidas pelo *ChatGPT* ao analisar as respostas das aplicações do questionário, 15 associam criatividade, autoconhecimento e expressão. Essas 15 categorias representam 16 repostas sobre possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade na perspectiva dos estudantes de Administração da Universidade de Brasília. Sendo assim, consolidei as 15 categorias em uma: “Criatividade, autoconhecimento e forma de expressão”. Abaixo está essa categoria agrupada e as outras categorias com maiores frequências segundo a análise do *ChatGPT*, totalizando 29,50% da amostra do presente estudo:

1. Criatividade, autoconhecimento e forma de expressão (8%);
2. Não foi possível classificar (8%);
3. Sinergia entre autoconhecimento e criatividade (6%);
4. Autoexpressão criativa (5%);
5. Interação entre criatividade e autoconhecimento (1,50%);

6. Autorreflexão (1%).

Outra maneira de agrupar as categorias desenvolvidas pelo *ChatGPT* foi por meio das palavras-chaves que ele selecionou. Nesse processo, agrupei as palavras que representam possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade sobre perspectivas convergentes. No total o *ChatGPT* indicou 111 palavras-chaves que representam as 200 respostas analisadas sendo agrupadas em sete macrocategorias.

Nesse processo uma das palavras-chaves está presente em duas macrocategorias, pois abordam sobre relações entre autoconhecimento e criatividade com perspectivas diferentes utilizando a mesma palavra. “Consciência” aparece na terceira macrocategoria, “Expressão e suas formas”, pois se refere à categoria “Consciência sobre o mundo”. Como também compõe simultaneamente a quarta macrocategoria, “Reflexo & Transformação” quando se refere à categoria “Autoconhecimento tornando o processo criativo consciente”. Abaixo estão as sete macrocategorias desenvolvidas ao agrupar as palavras-chaves que o *ChatGPT* selecionou que representam as categorias desenvolvidas pela inteligência artificial e as duas categorias fornecidas de exemplo no processo de análise de dados das respostas do questionário.

Quadro 1 - Macrocategorias referentes às palavras-chaves selecionadas pelo ChatGPT

| Macrocategoria | Palavra-Chave |
|-----------------------------|--|
| 1. Gênese & Impulsionamento | Partir; Parte das abordagens; Abordagem; Estímulo / Estimulação; Despertar; Tentativa; Impulso / Impulsão; Conhecimento; Revelador / Revelação; Geração; Detecção. |
| 2. Indivíduo e Identidade | Arte; Superar; Reservado; Reserva; Identidade; Cognitiva; Descoberta / Processo de descoberta; Exercício; Compreensão; Reflexo; Autotransformação; Autorreflexão; Liberdade; Conforto; Análise interna; Forma de pensar; Sentimentos; Vulnerabilidade; Competências; |

| | |
|----------------------------------|--|
| | Desenvolvimento de habilidades; Transparência; Paz interior; Personalidade; Conhecimento do interior; Confiança; Expressão pessoal; Motivação; Eu; Características; Autoentendimento; Olhar para dentro. |
| 3. Expressão e suas formas | Autoexpressão; Expressão; Experimentar; Explorar; Exposição; Expressões artísticas; Navegar; Riscos; Cotidiano; Consciência; Exploração. |
| 4. Reflexo & Transformação | Repertório; Identificação; Aquisição; Diferencial; Percepção; Bloqueios; Potencial / Potenciais; Mudança de perspectiva; Respostas; Ideias; Ampliação; Aumento; Limites; Superação; Busca; Pensamento; Fugir; Reflexão; Lugares; Consciência; Aflorar / Afloração; Importância; Adaptação. |
| 5. Sinergia | Interação; Sinergia; Conexão; Aliado; Interligados; Dependência; Interdependente; Interdependência; Interligação; Processo criativo; Alimentação mútua; Facilitador / Facilitadora; Relação de troca; Expressão. |
| 6. Sequência & Temporalidade | Pré-requisito; Requisitos; Processo; Uso de processos; Exigência; Caminho; Consequência; Criação; Sincronicidade. |
| 7. Funcionalidade & Utilitarismo | Lidar com situações; Organização; Produtividade; Carga; Solução; Auxílio; Utilização equilibrada. |

Fonte: Elaborada pela autora

4.3. Comparação entre rotas

Mesmo sendo rotas diferentes para analisar os dados, tanto eu quanto a inteligência artificial desenvolvemos categorias relacionadas em suas essências. Abaixo segue comparação das macrocategorias desenvolvidas por meio da análise do *ChatGPT* comparadas às categorias desenvolvidas manualmente na primeira rota deste estudo.

Quadro 2 - Comparação entre as duas rotas de análise dos dados

| Categorias Manuais – Rota 1 | Macrocategoria – Rota 2 |
|---|-------------------------------|
| Relação dialógica entre autoconhecimento e criatividade | Sinergia |
| Criatividade como expressão | Expressão e suas formas |
| Autoconhecimento na percepção dos limites | Indivíduo e Identidade |
| Criatividade como causa do autoconhecimento | Gênese & Impulsionamento |
| Relação de dependência entre autoconhecimento e criatividade | Funcionalidade & Utilitarismo |
| Autoconhecimento como diferencial para expressar a criatividade | Reflexo & Transformação |
| Criatividade como consequência do autoconhecimento | Sequência & Temporalidade |

Fonte: Resultado de pesquisa

É possível ver correlações nas categorias desenvolvidas manualmente com as agrupadas pelas palavras-chaves que representam as categorias desenvolvidas pelo *ChatGPT*. Como é o caso da macrocategoria “Sinergia”, agrupada por meio de palavras-chaves que olham para a relação entre autoconhecimento e criatividade por perspectivas mais sinérgicas, interdependentes. Associada a categoria desenvolvida manualmente na primeira rota de análise “Relação dialógica entre autoconhecimento e criatividade”. Ambas as categorias abordam sobre essa relação como interdependente, tanto criatividade influenciando no autoconhecimento quanto autoconhecimento influenciando na criatividade, na expressão.

Outro exemplo de categorias de ambas as rotas que se relacionam é o exemplo de “Criatividade como expressão” e “Expressão e suas formas”. Ambas veem essa relação muito associada à expressão, interferindo e influenciando na criatividade e no autoconhecimento. Possível também associar as categorias “Autoconhecimento na percepção dos limites” e “Indivíduo e Identidade”. Ambas aprofundam nos reflexos da relação entre criatividade e autoconhecimento reverberados no indivíduo e sua identidade e sua percepção dos próprios limites.

Como é o caso da macrocategoria “Reflexo & Transformação” e a categoria “Autoconhecimento como diferencial para expressar a criatividade”. Sendo na segunda a criatividade um reflexo do autoconhecimento, quanto mais se conhecer, mais é possível se conectar com sua criatividade, sua forma de expressar.

5. Conclusão e considerações finais

O presente estudo se propôs a pontuar possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade apresentadas por estudantes de Administração da Universidade de Brasília. Por meio da análise de 200 repostas obtidas à pergunta “Para você existe relação entre criatividade e autoconhecimento? Se sim, qual e como?”. Análise desenvolvida por dois caminhos, tanto manualmente quanto por meio do *ChatGPT*.

Na primeira rota de análise, desenvolvida manualmente, as oito categorias com maiores frequências totalizaram 91% da amostra, sendo que uma dessas representa respostas que não foram possíveis de categorizar. Enquanto na segunda rota de análise, ao agrupar as palavras-chaves de cada categoria desenvolvida pelo *ChatGPT*, totalizaram sete macrocategorias.

Em ambas as rotas de análises foram criadas categorias que conversam entre si como é o caso de “Criatividade como expressão” e “Expressão e suas formas”. Ambas direcionando o olhar para a relação entre autoconhecimento e criatividade sendo influenciada pela expressão. Como também “Autoconhecimento na percepção dos limites” e “Indivíduo e Identidade” as quais direcionam o olhar aos reflexos da relação entre autoconhecimento e criatividade no indivíduo e sua percepção dos próprios limites.

No processo de desenvolvimento do presente estudo apareceram algumas limitações como, por exemplo, olhar a perspectiva dos estudantes de Administração por meio de uma amostra já conectada com a criatividade. Pois todos os respondentes do questionário cursaram a matéria Criatividade e Inovação nas Organizações do departamento de Administração da UnB ministrada pela professora doutora Siegrid Guillaumon. Isso significa que todos os respondentes escolheram cursar tal matéria optativa, sendo uma amostra de estudantes de Administração que, pelo menos minimamente, já se interessavam por criatividade. Sendo possível representar parte dos estudantes de Administração da UnB, mas talvez não sob uma perspectiva tão universal.

Outra limitação do estudo foi a falta de publicação científica brasileira sobre o tema. Em julho de 2023 ao pesquisar na *Scielo* Brasil as palavras “autoconhecimento”

e “criatividade” juntas nenhum artigo foi encontrado. Portanto, não pude tangenciar o presente estudo a outras descobertas já desenvolvidas sobre o tema.

Sendo assim, há inúmeras possibilidades de estudos futuros sobre o tema. Como por exemplo, focando no *ChatGPT*, é possível realizar análise de conteúdo das respostas utilizando outras ferramentas ou modelos de linguagem e comparar os resultados com os do *ChatGPT*. Como também pode utilizar o *ChatGPT* como entrevistador, interagindo com os participantes e coletando os dados. Possibilitando construir um comparativo entre as respostas obtidas com o *chat* como mediador e as obtidas com um entrevistador humano.

Outro estudo pode aprofundar em alguma das relações entre autoconhecimento e criatividade destacadas por esta pesquisa, compreendendo reflexos mais diretos em questões interpessoais ou expressivas. Ou, por exemplo, continuar os *chats* desenvolvidos com o *ChatGPT* na análise deste trabalho, compreendendo mais da perspectiva da inteligência artificial sobre essas relações.

Outra possibilidade de estudo é conversar com administradores formados pela UnB comparando entre os que cursaram a matéria Criatividade e Inovação nas Organizações e os que não cursaram sobre a percepção acerca de autoconhecimento e criatividade. Caso um contato ao longo da graduação com esses termos voltados à Administração se influenciou de alguma maneira sua imagem profissional.

Também é possível abordar outras perguntas do questionário aplicado ao longo dessa pesquisa, associando respostas objetivas e abertas. Por exemplo, analisar as perspectivas dos estudantes de Administração dependendo do tempo de graduação. Compreendendo se a perspectiva sobre possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade pode ser influenciada dependendo do momento da graduação do estudante. Possível também separar a amostra entre estudantes que tinham algum contato com arte antes da pandemia e os que não tinham esse contato nem se sentiram motivados a produzir.

Com as informações do questionário também é possível estudar sobre como a Universidade de Brasília influencia no autoconhecimento do estudante ou como modifica a perspectiva do estudante quanto a importância dessa autoconsciência. Possível, também, ampliar esse estudo para outros cursos, compreendendo na perspectiva de cursos mais artísticos, sociais ou racionais se eles possuem

perspectivas diferentes quanto possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade.

Por meio de outro estudo é possível realizar uma coleta anterior à realização de uma oficina/roda de conversa sobre o assunto e uma coleta posterior a conversa. Compreendendo se há maior qualificação nas respostas obtidas antes ou depois de apresentar informações sobre autoconhecimento e criatividade. Todas as possibilidades de estudos futuros apresentadas podem ser realizadas em diálogo com inteligência artificial também. Tanto sendo a fonte de toda a análise de dados quanto por meio de uma comunicação entre a programação e o pesquisador no processo de análise.

Em suma, analisando tanto manualmente quanto por meio do *ChatGPT* fica perceptível diversas relações entre autoconhecimento e criatividade que tangenciam tanto o expressar, o ser, como também a criatividade e o autoconhecimento. Por meio dessas relações é possível aprimorar questões intrapessoais, interpessoais, expressivas, como também, funcionalistas e utilitaristas. Havendo diversas abordagens e reflexos das possíveis relações entre autoconhecimento e criatividade.

REFERÊNCIA

ALENCAR, E. M. **Criatividade**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1993.

ALENCAR, E. M.; GALVÃO, A. Condições favoráveis à criação nas ciências e nas artes. *In*: VIRGOLIM, A. M. R. *et al.* (org). **TALENTO CRIATIVO: Expressão em Múltiplos Contextos**. Editora UnB, 2007, cap. 5, p.103-119.

BYRNE, Z., RUPP, D., EURICH T. Effects of emotions on justice - effects of discrete emotions on distributive, procedural, and interactional justice. **ResearchGate**, Orlando, Florida. Disponível em: *Annual Conference of the Society for Industrial and Organizational Psychology*, abr. 2003.

CANDA, Cilene Nascimento; BATISTA, Carla Meira Pires. Qual o lugar da arte no currículo escolar?. **Revista Científica/FAP**, v. 4, n. 2, 2009.

DEEPEARING.AI. **Deeplearning**: ChatGPT Prompt Engineering for Developers. Acesso em: 10, maio, 2023.

EURICH, Tasha. Managing Yourself – What Self-Awareness Really Is (and How to Cultivate It). **Harvard Business Review**. jan. 2018.

GERHARDT, T., SILVEIRA, D. **Métodos de Pesquisa**. 1. ed. Rio Grande do Sul. Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS. 2009. p.114.

GRÉGOIRE, Jacques. Overcoming obstacles to creativity in science. **Estudos de Psicologia (Campinas)**, v. 35, p. 229-236, 2018. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.1590/1982-02752018000300001>> Acesso em 14 março 2020.

PEREIRA, Priscila Zavadil; TSCHIMMEL, Katja; SILVA, Regio Pierre da. Fatores relacionados à criatividade no indivíduo, em grupos e no contexto: uma revisão. **Blucher Design Proceedings**. Blucher, 2016.

OPENAI. **DeepLearning.AI**. Página inicial do curso “*ChatGPT Prompt Engineering for Developers*”. Disponível em: <<https://www.deeplearning.ai/short-courses/chatgpt-prompt-engineering-for-developers/>>. Acesso em: 01 maio 2023.

OSTROWER, F. **Criatividade e Processos de Criação**. 30. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

RIZOLLI, Marcos. Estudo da Artes e Interdisciplinaridade. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES DE ARTES PLÁSTICAS DINÂMICAS EPISTEMOLÓGICAS EM ARTES VISUAIS, 16, 2007, Florianópolis, SC, Anais, p.914-924, set.2007.

ROYCE, Josiah. Some observations on the anomalies of self-consciousness.(I). **Psychological Review**, v. 2, n. 5, p. 433, 1895.

SANTOS, Eliane; DE ALMEIDA, Márcia. Relações dialógicas e a construção dos sentidos no gênero artigo de opinião. **Porto das Letras**, v. 6, n. especial, p. 56-79, 2020.

Self-awareness Theory. In: INTERNATIONAL ENCYCLOPEDIA OF THE SOCIAL SCIENCES, 2nd ed, p.397.

Scielo Brasil, 2023. Disponível em: <<https://search.scielo.org/?q=%28autoconhecimento%29+AND+%28criatividade%29&lang=pt&filter%5Bin%5D%5B%5D=scl>>. Acesso em: 14 jul. 2023.

Siegrid Guillaumon. **Autoconhecimento e criatividade** **Marcela Parreira**. Siegrid Guillaumon, 23, nov. 2021. 1 vídeo (15 min). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=C6EVqdY85cs&list=PL3bveggE1YdUAPihgVDHBJoDbzyY0ZjYk&index=5&t=91s>>. Acesso em: 14 jul. 2023.

SOARES, Paula Maria Gonçalves. Teoria da integração, uma poética da alma. Criatividade e autoconhecimento: para uma biografia filmica de Wim Wenders. 2003.

STEPHENS, D. C. **O Diário de Negócios de MASLOW**. Tradução: Nilza Freire. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

TAWNEY, G. A. Feeling and self-awareness. **Psychological Review**, v. 9, n. 6, p. 570, 1902.

UnB – RETORNO SEGURO - **Estudantes voltam aos campi para aulas presenciais**. UnB – **Notícias**, Brasília, 07 jun. 2022. Disponível em: <<https://noticias.unb.br/112-extensao-e-comunidade/5781-estudantes-voltam-aos-campi-para-aulas-presenciais>>. Acesso em: 30 jun. 2023.

VALQUARESMA, Andreia; COIMBRA, Joaquim Luís. Criatividade e educação: A educação artística como o caminho do futuro?. **Educação, Sociedade & Culturas**, n. 40, p. 131-146, 2013.

WECHSLER, Solange Muglia. Avaliação multidimensional da criatividade: uma realidade necessária. **Psicologia escolar e educacional**, v. 2, p. 89-99, 1998. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.1590/S1413-85571998000200003>> acessos em 01 jun. 2020.

APÊNDICE

Apêndice A – Links com as conversas para análise de dados com Chat GPT por aplicação do questionário:

- 2ª aplicação: <https://chat.openai.com/share/a6565336-5a62-4bb5-a9f7-cb0682c76ff6>
- 3ª aplicação: <https://chat.openai.com/share/5d91d47f-eeec-4b60-876d-1898dd275850>
- 4ª aplicação: <https://chat.openai.com/share/f5c8c053-137f-4d29-9cc1-bf36a6cb3879>
- 5ª aplicação: <https://chat.openai.com/share/d9bc3dc0-ae0f-4550-ae06-52de24bac052>
- 6ª aplicação: <https://chat.openai.com/share/375b3400-2776-453a-92a5-3b5c31412b55>
- 7ª aplicação: <https://chat.openai.com/share/a80feea8-6ef0-4bf6-878e-125495c6ede8>

Apêndice B – Perguntas do questionário aplicado seis das sete aplicações de questionários:

Perfil do respondente

1. Nome completo (para a atribuição de presença)
2. Você assistiu a oficina sobre autoconhecimento, arte e criatividade? (Sim; Não)
3. Você cursa Administração na UnB? (Sim; Outro)
4. Está em qual semestre?
5. O que é arte para você?
6. Dê alguns exemplos do que considera que pode ser considerado expressão artística

7. Antes da pandemia você produzia algum tipo de arte ou produto criativo? Se sim, qual?
8. Durante a pandemia você se sentiu motivado à produzir algo diferente de antes? O que?
9. Durante a pandemia o processo criativo foi uma forma de resiliência (meio de se adaptar à mudança que foi a pandemia)? (Sim; Não; Outro)
10. Por que o processo criativo foi ou não uma forma de resiliência na pandemia?
11. Você acha que expressar a criatividade provoca um processo de autoconhecimento? (Sim; Não; Outro)
12. Em quais atividades você se sente criativo durante a pandemia? (Escrevendo um trabalho; No estágio/trabalho; Solucionando problemas cotidianos; Elaborando comunicações formais; Usando redes sociais; Fotografando; Gravando vídeos; Participando de congressos; Conversando com os amigos; Cozinhando; Dançando; Se exercitando; Outro)
13. A ampliação do seu repertório durante a pandemia te incentivou a ser mais criativo? (Sim; Não)
14. Durante a quarentena você direcionou mais atenção e cuidado a você mesmo? (Sim; Não; Outro)
15. Comente a resposta anterior
16. Ser mais criativo na pandemia estimulou de alguma forma o seu autoconhecimento? Como?
17. Para você existe relação entre criatividade e autoconhecimento? Se sim, qual e como?
18. O seu contato de arte aumentou na quarentena? (Sim; Não; Outro)
19. A arte na pandemia te motivou a ser mais criativo? (Sim; Não; Outro)
20. Na vivência na UnB de quais formas você teve contato com autoconhecimento?
21. Como você sente que a UnB influenciou no seu contato com o autoconhecimento?

22. Durante os semestres vividos na UnB como seu entendimento da importância do autoconhecimento para o administrador mudou?

23. Você gostaria de compartilhar algo mais sobre esse formulário ou criatividade, arte, autoconhecimento e quarentena?

Apêndice C – Exemplo de tabela de retorno da análise do *ChatGPT*. Exemplo da sexta aplicação do questionário:

Quadro 3 – Exemplo de resposta do *ChatGPT* na análise

| Nº | Questão | Resposta | Sentimento | Relação Autoconhecimento-Criatividade | Palavra-chave |
|----|--|--|------------|---|---------------|
| 72 | Para você existe relação entre criatividade e autoconhecimento? Se sim, qual e como? | "Sim, sua criatividade reflete quem você é" | Positivo | Criatividade como reflexo da identidade | Identidade |
| 73 | Para você existe relação entre criatividade e autoconhecimento? Se sim, qual e como? | "A criatividade é uma forma de expressão de certa forma, você ter autoconhecimento ajuda a usar a criatividade a seu favor e saber novas formas de ser criativo" | Positivo | Autoconhecimento como facilitador da expressão criativa | Expressão |
| 74 | Para você existe relação entre criatividade e autoconhecimento? Se sim, qual e como? | "Sim, o autoconhecimento abre portas para um cenário de maior criatividade, uma vez que você se conhece" | Positivo | Autoconhecimento como facilitador de novas ideias | Ideias |

| | | | | | |
|----|--|--|----------|--|-------------------|
| | | mais e tem novas ideias" | | | |
| 75 | Para você existe relação entre criatividade e autoconhecimento? Se sim, qual e como? | "Sim, a criatividade vem de quem você é e ao saber disso você consegue direcionar melhor a sua criatividade" | Positivo | Criatividade como manifestação da identidade pessoal | Identidade |
| 76 | Para você existe relação entre criatividade e autoconhecimento? Se sim, qual e como? | "Porque com a criatividade você descobre mais de você mesmo, descobre que pode fazer coisas que não se imaginava fazendo." | Positivo | Criatividade como descoberta pessoal | Descoberta |
| 77 | Para você existe relação entre criatividade e autoconhecimento? Se sim, qual e como? | "Sim, os se influenciam e ajudam na construção e desenvolvimento do outro" | Positivo | Interdependência entre criatividade e autoconhecimento | Interdependência |
| 78 | Para você existe relação entre criatividade e autoconhecimento? Se sim, qual e como? | "Sim, o autoconhecimento também é uma maneira de expandir o repertório individual e influência na percepção do repertório social." | Positivo | Autoconhecimento como ampliação do repertório | Repertório |
| 79 | Para você existe relação entre criatividade e autoconhecimento? Se sim, qual e como? | "Com certeza, o processo da criatividade necessita de repertório e bastante conhecimento, então ter autoconhecimento | Positivo | Autoconhecimento como facilitador do processo criativo | Processo criativo |

| | | | | | |
|----|--|---|----------|--|--------------|
| | | facilita a parte do processo em que você organiza ideias iniciais" | | | |
| 80 | Para você existe relação entre criatividade e autoconhecimento? Se sim, qual e como? | "Sim, com certeza, a criatividade nos leva a enxergar o mais profundo e mais exótico que temos em nós." | Positivo | Criatividade como revelação do eu profundo | Revelação |
| 81 | Para você existe relação entre criatividade e autoconhecimento? Se sim, qual e como? | "Sim, a criativa e o autoconhecimento andam de mãos dadas, ou seja, um influencia diretamente o outro." | Positivo | Interação entre criatividade e autoconhecimento | Interação |
| 82 | Para você existe relação entre criatividade e autoconhecimento? Se sim, qual e como? | "Sim, pois é através da expressões criativas que colocamos pra fora coisas que passam na nossa cabeça" | Positivo | Criatividade como expressão dos pensamentos | Expressão |
| 83 | Para você existe relação entre criatividade e autoconhecimento? Se sim, qual e como? | "Acho que os dois estão interligados. Pois para ser criativo, na minha visão, é necessário ter um autoconhecimento, pra assim possa ter um repertório e a engrenagem do nosso cérebro possa ser 'girada'" | Positivo | Interligação entre criatividade, autoconhecimento e repertório | Interligação |
| 84 | Para você existe relação entre criatividade e | "Sim" | Positivo | Não foi possível categorizar | N/A |

| | | | | |
|----|--|--|----------|---|
| | autoconhecimento? Se sim, qual e como? | | | |
| 85 | Para você existe relação entre criatividade e autoconhecimento? Se sim, qual e como? | "Sim, quando nós autoconhecendo conseguimos expressar mais os nossos sentimentos" | Positivo | Autoconhecimento como facilitador da expressão emocional Expressão |
| 86 | Para você existe relação entre criatividade e autoconhecimento? Se sim, qual e como? | "Acredito que a criatividade impulsiona o autoconhecimento, uma vez que sendo criativo você se conhece melhor e propõe coisas mais relacionadas ao seu interior" | Positivo | Criatividade como impulsionadora do autoconhecimento Impulsão |

Fonte: Elaborada pela autora

Apêndice D – Imagem de parte do processo desenvolvendo as macrocategorias agrupando as palavras-chaves selecionadas pelo *ChatGPT*:

