

**FELIPE ZAMANA**

fezamana@gmail.com

**UNIVERSIDADE FERNANDO PESSOA (UFP)**

## **PORTO, CIDADE CRIATIVA**

### **RESUMO**

Este trabalho, meramente exploratório, tem como objetivo propor uma discussão acerca da criatividade baseada nas percepções dos alunos do segundo ano de licenciatura em Ciências da Comunicação da Universidade Fernando Pessoa, e sua relação com a cidade do Porto.

Este tema é pertinente porque propõe uma reflexão sobre a temática da criatividade, além da sua implicação nos habitantes e visitantes da cidade do Porto, visando um futuro mais criativo e inovador, tanto a nível individual como coletivo.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Criatividade; ambiente criativo; Porto

---

É precisamente a atividade criadora do homem que faz dele um ser projetado para o futuro; um ser que contribui com a criação e que modifica seu presente. (Vygotsky)

### **ALUNO VERSUS CRIATIVIDADE**

A pertinência do estudo da criatividade está na sua crescente importância na atualidade. Ela nos oferece pontos de conexão entre diferentes áreas, tornando-se uma catapulta para ideias e para o conhecimento. “Outra razão”, afirma Kneller, “está na própria natureza esquivada do processo criador, que intriga o espírito indagador, permitindo-lhe mais do que a costumeira liberdade de especular” (1965, p. 9). Além disso, mesmo com diversos testes disponíveis para se medir a criatividade, compreender o seu nível não é uma tarefa fácil, pois a maioria dos testes é baseada, grande parte, na visão de criatividade do avaliador (Predebon, 2010, p. 101).

Entretanto, é possível ter uma melhor compreensão da criatividade através da perspectiva de suas dimensões, onde quatro aspectos orientam suas definições na atualidade: a pessoa criativa, tendo em conta seus valores, emoções, hábitos e comportamentos; o processo criativo, através da percepção, imaginação, motivação, aprendizado, comunicação e pensamento criativo; as influências ambientais e culturais, que envolve a educação e a cultura; e o produto criativo, como ideias, descobertas, arte e teorias (Dias, Enumo & Júnior, 2004, p. 1; Sakamoto, 1999, p. 50).

## METODOLOGIA

Para responder aos objetivos propostos, foi concebido pelo próprio investigador um guião (Anexo 1) com 13 perguntas destinadas aos alunos do segundo ano de licenciatura em Ciências da Comunicação da Universidade Fernando Pessoa no ano letivo de 2016/2017, para compreender sua percepção de criatividade. Essa percepção, em diálogo com a cidade do Porto, foi extrapolada para além dos alunos portugueses com entrevistas a alunos de Erasmus de diferentes países, pois, segundo Johnson, “podemos compreender melhor algo estudando seu comportamento em diferentes contextos” (2012, p. 21), o que possibilitou compreender melhor se a nacionalidade e a diferença cultural poderiam ser um diferencial na percepção sobre a cidade.

A entrevista foi dividida em duas secções: primeiro, questionou-se os alunos em relação às suas características pessoais e suas visões acerca da temática pretendida, servindo como enquadramento para a segunda secção, onde se encontram as perguntas referentes à cidade do Porto e sua relação com a criatividade. Depois, as perguntas sobre a relação do aluno com a cidade buscaram entender como o ambiente pode influenciar a percepção da criatividade e, também, se fatores culturais, como no caso dos alunos de Erasmus, poderiam alterar essa percepção em relação aos alunos portugueses.

Assim, entrevistou-se um total de sete alunos, entre eles: quatro de nacionalidade portuguesa, um de nacionalidade grega, um de nacionalidade mexicana e um de nacionalidade brasileira. As entrevistas aconteceram de forma individual, estando apenas o investigador presente para fazer as perguntas e operar as filmadoras. O vídeo completo da filmagem de cada entrevista não foi disponibilizado ou visto pela população, ou seja, pelos alunos entrevistados, servindo apenas como material de apoio e análise.

## PORTO CRIATIVO

O primeiro objetivo da entrevista foi perguntar se os alunos se identificavam como criativos ou não. Notou-se que os alunos encontravam-se divididos entre ser ou não criativos; enquanto alguns alegaram decididamente que são, outros ainda apresentam dúvidas em o ser. Porém, mesmo alguns não se considerando como criativos, todos apresentaram alguma visão particular sobre o que é a criatividade e como ela se manifesta, onde ela foi descrita como “aquilo que é o avanço do mundo” (Aluno 1) e como “a base de qualquer coisa” (Aluno 3). Desta forma, foi possível perceber que a criatividade já se encontra presente no dia-a-dia dos alunos, e a reconhecem como fenômeno.

Entretanto, já que consideraram a criatividade fundamental, era necessário agora compreender porquê consideravam isso. Os alunos mencionaram a criatividade como uma extrapolação de barreiras pré-definidas (Aluno 2), tanto culturalmente quanto socialmente, e que essa extrapolação se dá pela reflexão e desenvolvimento de ideias, construídas através de conhecimentos adquiridos em diferentes áreas e competências. Para eles, a criatividade “tem a ver com a observação; quando observamos alguma coisa, quando vemos se as coisas estão bem ou não, nós conseguimos, a partir daí, criar alguma coisa” (Aluno 6).

Embora todos os alunos fossem do curso de Ciências da Comunicação, enquadrar a criatividade em um contexto mais específico foi interessante para perceber se, desta forma, a opinião dos alunos poderia ser diferente. Ao focar na atitude do aluno perante o curso, eles se viram como agente criativo, e até mesmo aqueles que não se consideravam criativos apresentaram argumentos de como o poderiam ser, onde “cada pessoa tem o seu próprio universo de referência, as suas próprias influências, por isso é muito interessante ver o modo como as coisas varia de pessoa para pessoa (...) o trabalho criativo de uma pessoa é único” (Aluno 2).

O ambiente onde os alunos cresceram foi descrito como fundamental na construção desse pensamento criativo, onde a questão geográfica foi tida como a mais importante. Um dos alunos identificou que as suas ideias e a de seus colegas de diferentes regiões podem ocasionalmente representar uma colisão de percepções (Aluno 5):

reparo nisso quando falo com colegas aqui da faculdade, que são de zonas completamente diferentes da minha. Por exemplo, eu nasci numa cidade beira-mar e tenho uma colega que nasceu numa zona montanhosa, e reparo que nossas conversas às vezes são muito dispares.

A adaptabilidade à cultura e ao ambiente em que cresceram veio condicionar a forma com que lidam com os novos problemas que surgem neste novo contexto (Sinek, 2012, p. 96), e, conseqüentemente, a interação com a cidade como um todo.

Essa interação entre diferentes culturas e nacionalidades tem forte influência no processo criativo. Sinek comenta que a cultura exprime um conjunto de crenças e valores, e lugares que refletem esse conjunto semelhante ao nosso é aonde vamos nos sentir melhor (2012, p. 96). A questão social, que também foi citada, demonstra grande importância na criatividade dos alunos. É a partir dela, segundo os entrevistados, que vieram os conhecimentos e referências que são usadas na hora de criar.

Entretanto, a nacionalidade, que representava um fator importante no desenvolvimento da entrevista, não se mostrou como um diferenciador significativo na percepção dos alunos sobre a cidade do Porto. A cidade foi descrita unanimemente como uma cidade criativa, com destaque especial para a arte urbana, como o grafite, sendo considerada uma cidade jovem e vibrante, passando “a sensação de que foi possível combinar e relacionar as questões antigas com as questões novas, e para isso precisa de um alto grau de criatividade” (Aluno 7).

Isso acontece porque, segundo Kneller, “o meio do criador proporciona-lhe diferentes métodos de realizar o trabalho colimado” (1965, p. 65). Ou seja, a fusão de diferentes pontos de vista que a cidade do Porto possibilita atuar diretamente naquilo que é criado. Além disso, é possível perceber o Porto como uma cidade plural, uma mescla entre a tradição e o turístico, que pouco a pouco trouxe influências e costumes. “O Porto é (...) um porto de onde chegam e de onde partem notícias” (Santos & Aires, 2016, p. 4). O Porto é uma cidade viva.

A explosão de cores, formas, natureza e urbano impulsiona a criatividade de seus visitantes por sua diversidade (Aluno 4). Não só isso, outro ponto de destaque apresentado pelos alunos foi a interação com o mar e o rio, seja como fonte de inspiração, seja como mais um ambiente de interação entre as pessoas e a cidade (Alunos 2, 3 e 6). Para Eduardo Aires e N. Santos, criador da marca Porto Ponto, é a geografia da cidade é o que caracteriza sua criatividade (2016, p. 4):

o Porto tem a escala que nos permite uma relação de proximidade com o envolvimento, sem estranheza nem inquietação. Aqui sentimo-nos aconchegados, desenvolvemos um sentido de pertença, circulamos e movimentamos-nos sem grandes interferências. Criamos e percorremos agilmente trajetórias, abarcamos o rio e o mar de um golpe,

atravessamos toda a corda fluvial e marítima de modo expedito, fixamos comodamente o outro lado das praças e largos, conhecemos o carácter de cada jardim, o temperamento das ruas da baixa, a personalidade de cada café.

Tanto para os alunos portugueses como para os alunos estrangeiros o Porto é uma cidade que consegue conciliar diferentes contrastes sem perder sua identidade. É uma cidade “mundialmente portuguesa”, pois acolhe o novo e seus visitantes, mas protege sua história e preserva suas tradições. Essa postura da cidade do Porto de abertura e conectividade é considerada por Johnson como sendo mais valiosa para a inovação do que ambientes puramente competitivos (2012, p. 23).

Para Sinek, “fazemos suposições a respeito do mundo que nos rodeia, às vezes com base em informações falsas ou incompletas. Isso é importante porque o nosso comportamento é afetado pelas nossas suposições ou pelas nossas verdades percebidas” (2012, p. 23). Neste sentido, os alunos demonstram que estão em um processo de aprendizado, o que talvez lhes traga uma resposta para esse questionamento até o final do curso. E o papel da cidade nesse processo é fundamental.

## CONCLUSÃO

O papel do ambiente no ato criativo e seus processos é indiscutível. Ele opera diretamente naquilo que servirá de referência para seu criador. A mistura, a conectividade, a interação e a extrapolação de conceitos, valores e métodos nos leva a perceber um novo mundo de possibilidades.

O Porto como cidade criativa nos proporciona um intercâmbio de ideias e oportunidades, seja por sua geografia diversificada, com rio, mar, natureza e metrópole; seja por sua veia cultural, com prédios e monumentos históricos, museus, parques, eventos e concertos musicais; ou ainda por suas ruas vibrantes que fervilham com rostos de todos os cantos do mundo. Tudo isso em um mesmo lugar.

O indivíduo que participa, seja ele espectador ou ator principal desta metamorfose, descobre e usufrui da cidade, e acaba por contribuir com sua dinâmica diversidade. O Porto é das pessoas, para as pessoas. É uma cidade que acolhe e conecta; que abraça e cuida.

Indiscutivelmente, os alunos entrevistados terão para sempre a marca da cidade do Porto em tudo aquilo que criarem, pois foi aqui que tiveram a oportunidade de vivenciar uma sopa cultural e heterogênea de ideias e experiências. No Porto há espaço para todos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Dias, T., Enumo, S. & Junior, R. (2004). Influências de um programa de criatividade no desempenho cognitivo e acadêmico de alunos com dificuldade de aprendizagem. *Psicologia em Estudo*, 9(3), 429-437.
- Johnson, S. (2012). *De onde vêm as boas ideias*. São Paulo: Zahar.
- Kneller, G. (1965). *Arte e ciência da criatividade*. São Paulo: Ibrasa.
- Predebon, J. (2010). *Criatividade: abrindo o lado inovador da mente*. São Paulo: Atlas.
- Santos, N. & Aires, E. (2016). *Manual de identidade do Porto*. Porto: Câmara Municipal do Porto.
- Sakamoto, C. (1999). *A criatividade sob a luz da experiência: a busca de uma visão integradora do fenômeno criativo*. São Paulo: Universidade de São Paulo.
- Sinek, S. (2012). *Porquê? Como motiva pessoas e equipes a agir*. São Paulo: Saraiva.

## ANEXO 1 – GUIÃO DA ENTREVISTA

1. Qual é o seu nome e nacionalidade?
2. O que está estudando aqui no Porto?
3. Acha-se criativo? Por quê?
4. Como imagina que a criatividade se manifesta?
5. Qual a importância da criatividade?
6. Como você acredita que a criatividade se relaciona com a sua área de atuação?
7. Em que situações acredita que precisa ser criativo na sua área de atuação?
8. Como o ambiente onde você cresceu influenciou a sua criatividade? Pode descrever como era esse ambiente?
9. Acha que existe diferença entre criatividade e inovação? Qual?
10. Acha o Porto uma cidade criativa? Por quê?

11. Quais elementos da Inovação identifica na cidade do Porto?
12. Como a cidade do Porto influencia a sua criatividade?
13. Se tivesse que dar um conselho para alguém ser mais criativo, que conselho daria?

Citação:

Zamana, F. (2018). Porto, cidade criativa. In H. Pires & F. Mesquita (Eds.), *Publi-cidade e comunicação visual urbana* (pp. 125-131). Braga: CECS.