

ASSOCIAÇÕES ENTRE EMOÇÕES MORAIS E CRIATIVIDADE EM UNIVERSITÁRIOS

Associations between moral emotions and creativity in college students

Las asociaciones entre las emociones morales y la creatividad en universidad

Daniel Bartholomeu
José Maria Montiel
Juliana Francisca Cecato
Marco A. Virgilio
Centro Universitário FIEO

Cintia Heloísa Bueno
Felipe Fernandes de Lima
Centro Universitário Salesiano – UniSal

Resumo

Por definição, as emoções morais ajudam as pessoas a diferenciarem características morais, motivando o comportamento, e revelam os valores morais e a preocupação consigo mesmo e com os outros. O objetivo deste estudo foi analisar relações entre emoções morais e criatividade em universitários. Participaram 88 alunos que cursavam o ensino superior em uma Universidade particular do interior de São Paulo, de ambos os sexos e com idades entre 18 e 54 anos. Foram administradas a EEM (Escala de Emoções Morais) e o Teste de Criação de Metáforas. As análises revelaram não haver diferenças significativas entre essas medidas entre sexos ou idades, tanto para o EEM, como para o Teste de Criação de Metáforas, sugerindo que independentemente da idade ou sexo, as pessoas tendem a manifestar as emoções avaliadas e a produzir metáforas da mesma maneira. Identificou-se uma correlação significativa e negativa entre a variável Categoria Metáforica e o fator Culpa. Faz-se necessário reforçar que as emoções avaliadas são específicas, o que provavelmente resultou em discrepâncias com os resultados obtidos.

Palavras-chave: emoções morais; aprendizagem; criatividade; produção de metáforas.

Abstract

Moral emotions help people to differentiate moral characteristics, motivating the behavior and reveal the moral values and concern with oneself and with others. The aim of this study was to analyse relationships between moral emotions and creativity in college. The participants were 88 students attending higher education at a private university in the state of São Paulo, of both sexes and aged between 18 and 54 years. Were administered to EEM (Moral Emotions Scale) and the Test Creation Metaphors. The analysis revealed no significant differences between these measures between sexes or ages, for both the EEM and for the Test Creation Metaphors, suggesting that regardless of age or sex, people tend to express emotions and evaluated produce the same metaphors manner. It was identified a significant and negative correlation between the variable and the factor Category Metaphorical Guilt. It is necessary to emphasize that the specific emotions are assessed, which probably resulted in differences with the results obtained.

Keywords: moral emotions; learning; creativity; metaphor production.

Resumen

Las emociones morales ayudan a las personas a diferenciar las características morales, motivar el comportamiento y revelan los valores morales y la preocupación con uno mismo y con los demás. El objetivo de este estudio es analizar las relaciones entre las emociones morales y la creatividad en la universidad. Los participantes fueron 88 estudiantes matriculados en la educación superior en una universidad privada en el estado de São Paulo, de ambos sexos y de edades comprendidas entre 18 y 54 años fueron estudiados. Se administraron a EEM (Emociones morales escala) y la Prueba de creación Metáfora. Los análisis no revelaron diferencias significativas entre estas medidas entre los sexos o edades, tanto para la EEM, en cuanto a la prueba de

creación de metáforas, lo que sugiere que, independientemente de la edad o el sexo, las personas tienden a expresar emociones y evaluados para producir las mismas metáforas manera. Se identificó una correlación significativa y negativa entre la variable Categoría metafórico y el factor de culpabilidad. Es necesario fortalecer las emociones evaluadas son específicos, lo que probablemente dio lugar a discrepancias con los resultados.

Palabras clave: emociones morales; el aprendizaje; la creatividad; la producción de la metáfora.

De acordo com a teoria da evolução aplicada às emoções Darwin explica que o ambiente natural cria problemas de sobrevivência para todos os organismos, que devem ser bem-sucedidos ao lidar com os mesmos. A partir desse ponto de vista, as emoções podem ser conceituadas como padrões básicos de adaptação, e meios de comunicação a serviço da sobrevivência individual (Plutchik, 1994). Para Ekman (1992), as emoções podem ser definidas como estados afetivos produzidos por respostas fisiológicas e avaliações cognitivas que motivam uma ação. Teóricos desenvolvimentalistas acreditam que as emoções estão presentes no nascimento ou desenvolvem-se logo nos primeiros meses após o nascimento e podem ser indicadas através de expressões faciais, por exemplo. Nos anos iniciais, ocorre o desenvolvimento moral, que de forma geral é o processo pelo qual a criança adquire modelos de certo e errado. As emoções morais ajudam as pessoas a diferenciar características morais em contextos específicos, motivam o comportamento moral e revelam os valores morais e a preocupação consigo mesmo e com os outros (Eisenberg, 2000). As estruturas sociais humanas são construídas em conjunto, e qualquer emoção que faça com que as pessoas cuidem e melhorem a integridade dessas estruturas deve ser considerada uma emoção moral, ainda que as ações incitadas não sejam agradáveis (Haidt, 2003).

Para Haidt (2003), a moralidade é o que difere os seres humanos de outros animais, sendo a moral sua qualidade mais sagrada. No decorrer histórico da filosofia moral, o foco de estudo foi em consideração ao raciocínio moral, enquanto as emoções morais foram consideradas com certo receio até mesmo quando a Psicologia moral rompeu com a Filosofia moral e começou produzir suas próprias contribuições. Assim, todas as emoções são respostas à percepção de alterações, ameaças ou oportunidades no ambiente, comumente os interesses próprios da pessoa são diretamente afetados por esses eventos. O mesmo autor postula que o ser humano, muito mais do que qualquer outro animal, parece dedicar uma parte considerável de sua

vivência emocional reagindo a eventos sociais que não se relacionam a ele de forma direta. Costumeiramente é comum avaliar as emoções por meio de caracterizações de componentes, como um evento que produz uma expressão facial, uma alteração fisiológica, uma experiência fenomenológica e uma motivação ou tendência de ação.

Na literatura é possível identificar uma tendência por parte dos pesquisadores em reconhecer que cada emoção surge em diversos tipos de variantes, o que pode ser denominado “família de emoções”. Segundo os pressupostos de Haidt (2003), a raiva, a indignação e a irritação, por exemplo, não têm eliciadores, tendências de ação e expressões faciais idênticas; no entanto, apresentam similaridades, e dessa forma é possível enquadrá-las em uma mesma família. Ainda nesse sentido, as principais emoções morais em duas famílias grandes e duas pequenas. As famílias grandes dividem-se em outras duas, as de “condenação do outro”, constituída pelas emoções de desprezo, raiva e nojo, e variantes como ódio e indignação, e a família das emoções “autoconscientes”, que envolvem vergonha, culpa e embaraço. Já as duas famílias menores são denominadas de o “sofrimento do outro”, envolvendo compaixão, e “elogiando o outro”, que diz respeito às emoções de gratidão e elevação.

A raiva, que pertence à família de emoções de condenação do outro, muitas vezes é tida como uma emoção imoral, e, por conseguinte, tende a ser bastante subestimada. Porém, cabe ressaltar que comportamentos raivosos geralmente eliciam outras pessoas a apresentar indignação e pedidos de justiça, seja para si ou para outrem. Nota-se que essa emoção não surge apenas como resposta a insultos, mas, sim, como resposta a insultos injustificados (Haidt, 2003). Nos seres vivos dotados de habilidades cognitivamente simples, a raiva costuma ser considerada como uma resposta ao bloqueio objetivo e a frustração. Entretanto, a literatura aponta que existem outros eliciadores que levam a respostas morais, que relacionam à raiva com a honra. No estudo apresentado por Haidt (2003)

corroborando com tais afirmações, cujo objetivo foi de identificar experiências concretas de raiva, coletaram-se mais de 2.000 questionários detalhados sobre tais situações, e ainda que, entre os dados obtidos, muitos se tratavam de casos de bloqueio objetivo e frustração, foi observado que mesmo nesses casos, em geral, havia uma avaliação de que alguém tinha feito algo injustificável ou sem razão.

Em outro estudo citado pelo mesmo autor, no qual episódios de raiva deveriam ser avaliados pelos participantes, identificou-se que a descrição desses episódios provocava altas avaliações de injustiça e imoralidade, totalizando maior quantidade que as avaliações de bloqueio objetivo e frustração. Assim, postula-se que na raiva ocorre certo prazer a partir da expectativa de vingança. Em diversas culturas foi observada essa motivação de vingança existente na raiva (Haidt, 2003). Vale ressaltar que se trata de culturas que incitam os indivíduos a isso; no entanto o fato de esse encorajamento ser realizado com frequência evidencia um desejo humano por vingança generalizado. O mesmo autor aponta que estudos indicam que a raiva normalmente envolve motivações para atacar e humilhar o outro. No entanto, nem sempre a raiva busca o ataque e a humilhação, há também a motivação para reparar injustiças, mesmo que o indivíduo não esteja envolvido no contexto. Racismo, opressão, exploração podem conduzir pessoas, sem qualquer vínculo com o grupo vitimizado, a exigir medidas de retaliação ou compensatórias, e inclusive narrações fictícias de injustiças podem provocar desejos de vingança (Haidt, 2003).

Outra emoção que pertence ao grupo de “condenação ao outro” é o nojo, que assim como a raiva, se manifesta sob formas mais complexas, ou mais simples, que devem ser distinguidas. Essa emoção expressa uma resposta tanto a objetos físicos, como violações sociais, ou a sentimentos de revolta a qualquer coisa que cause um sentimento similar como um cheiro, um toque ou olhar. Evolutivamente, é tida como uma resposta de aversão que foi generalizada para além da boca, mas envolve também comportamentos como rejeitar comida. Envolvem ainda respostas ao uso do corpo, sexo, drogas e aspectos que violam a cultura ou mesmo hipocrisia, traição, crueldade e bajulação, além de objetos relacionados a aspectos ruins como entidades maléficas (exemplo à roupa de Hitler) ou livros com o mesmo conteúdo. Esses aspectos do nojo ajudam a delinear linhas que separam grupos e indivíduos em

diversas culturas (Rozin, Haidt, & McCauley, 2000; Lazarus, 1991). Em outra definição, postula-se que há o “nojo interpessoal”, que se dá no contato com pessoas cuja presença física é sentida como contaminação do ambiente. Com relação aos principais aspectos que causam o nojo, os apontamentos de Haidt (2003) descrevem que se constatou que traição, hipocrisia, crueldade e bajulação figuram na lista dos maiores motivadores dessa emoção. No entanto, essas pesquisas também constataram que a expansão do nojo para os domínios da moralidade envolve questões distintas em cada cultura.

Finalmente, a última emoção pertencente ao grupo de “condenação ao outro”: é o desprezo. Fruto da mistura entre raiva e nojo e inclui comportamentos como olhar o outro de um patamar superior com um sentimento de ser moralmente superior. Esse tipo de sentimento tende a motivar mudanças cognitivas e sociais de tal forma que o objeto de desprezo é tratado com menos valor, desrespeito ou consideração em interações posteriores. Envolve uma percepção de que o indivíduo não corresponde à sua posição ou nível de prestígio que autoproclama. O desprezo configura suas vítimas como palhaços dignos de zombaria ou não-pessoas dignas de completa desconsideração. Relaciona-se com desrespeito ou violação das obrigações ou hierarquia (ética da comunidade) (Plutchik, 1980; Lazarus, 1991; Oatley & Johnson-Laird, 1996). As emoções pertencentes ao grupo de “condenação ao outro”, raiva, nojo e desprezo, expressam respostas às violações dos três códigos morais de Sweder, a ética da autonomia, da divindade e da comunidade (Haidt, 2003). Mesmo quando não afetadas diretamente, as pessoas tendem a se sensibilizar com as ações dos outros. Agindo como guardiões da ordem moral, todas as emoções desse grupo motivam os indivíduos a mudar suas relações com os violadores morais. Porém, apenas a raiva motiva uma resposta direta para reparar a ordem moral e fazer com que as violações morais sejam consertadas. Portanto, essa emoção pode ser considerada a emoção padrão desse grupo de condenação ao outro (pelo menos para as culturas ocidentais), seguido de nojo e por último, pelo desprezo.

Com o advento das definições sobre as emoções de “condenação ao outro”, como respostas às violações morais, as pessoas passaram a monitorar e restringir seu próprio comportamento. E pelo fato de os indivíduos deterem uma forte necessidade de pertencimento a grupos, as emoções tidas como “autoconscientes”

permitiram uma adaptação desses indivíduos a esses grupos, sem acionar desprezo, raiva ou nojo nos demais. Diversos pesquisadores ocidentais consideram a vergonha, o embaraço e a culpa como as principais emoções autoconscientes, junto com o orgulho, sentimento positivo, oposto da vergonha (Haidt, 2003). Verificou-se que há dois tipos distintos de vergonha, a primeira forma é simples e causada por estar na presença de pessoas hierarquicamente superiores, e a segunda é uma forma cognitiva mais complexa de vergonha, engatilhada pela violação de uma norma, sabendo que alguém sabe sobre isso (Haidt, 2003). A vergonha simples tem características semelhantes ao embaraço, o qual está claramente relacionado às interações hierárquicas. Quando se está cercado por pessoas de status mais elevado, o embaraço é mais facilmente desencadeado, de forma que é menos provável de ser vivenciado quando se está com pessoas de status inferior (Miller, 1996; Keltner, 1971; Keltner & Kring, 1998).

Em algumas culturas, a vergonha e o embaraço são tidos como combinação de uma mesma emoção “autoconsciente”; no entanto, os ocidentais experimentam essas emoções como diferentes, separando parcialmente a ordem moral da ordem social. Vergonha comumente é acionada pela percepção de uma violação própria a uma norma moral; por sua vez, o embaraço está mais relacionado a violações das convenções sociais, por exemplo, escolha de vestuários, alimentação, higiene, entre outros (Haidt, 2003). Pelo fato de ambas terem origem no comportamento submisso, vergonha e embaraço têm características comuns em suas tendências de ação. Elas levam à redução da presença social do indivíduo acometido, motivando-o a se esconder, retirar ou desaparecer, e a realizar movimento e fala menos prováveis. Essas mudanças inibem o comportamento assertivo e sinalizam que o indivíduo reconhece que a violação ocorreu (Haidt, 2003). A grande diferença se dá pelo fato de que a vergonha parece envolver um desejo mais sombrio e doloroso para se retirar, o que pode até mesmo motivar o suicídio (Durkheim, 1951; Mokros, 1995). Já o embaraço é mais suave e menos doloroso (Keltner & Buswell, 1997).

Enquanto a vergonha está vinculada às interações hierárquicas, os eliciadores e tendências de ação da culpa sugerem que essa surge das relações comunitárias e do sistema de apego. Nas descrições realizadas por Haidt (2003), estudos têm preconizado a realizar

uma reinterpretação da literatura sobre essa emoção, permitindo uma especificidade maior a despeito de seu conteúdo. Sentimentos de culpa ocorrem predominantemente nas relações comunitárias (Haidt, 2003), nas quais se postula que um indivíduo causou um dano, perda ou sofrimento ao parceiro de relacionamento. Ocorre de a culpa ser mais fortemente desencadeada se a ação prejudicial também cria uma ameaça à própria harmonia no relacionamento com a vítima, e, ainda, as reações de culpa parecem ser mais intensas e frequentes em relacionamentos próximos do que nos mais distantes. Geralmente, a culpa é tida como uma boa emoção, uma vez que tende a motivar o sujeito culpado a ajudar a vítima ou, ao menos, compensar a própria transgressão. Trata-se de uma emoção que leva o indivíduo a se desculpar e confessar, como forma de reestabelecer ou melhorar seus relacionamentos, além de motivá-lo a tratar bem as outras pessoas.

Haidt (2003) postula que vergonha, embaraço e culpa são emoções mais importantes, já que suas tendências de ação geralmente fazem as pessoas se conformarem com as regras e manter a ordem social. Dentre essas emoções, apenas a culpa motiva o comportamento de ajuda direta, mas provavelmente vergonha e embaraço são mais importantes no cotidiano, pois atuam como potenciais de trabalho em toda interação pública. Embora os domínios de emoção e personalidade sejam considerados áreas distintas, há várias razões para considerá-los do mesmo domínio de relações interpessoais, pois frequentemente as emoções são utilizadas para descrever a personalidade dos indivíduos. Segundo Plutchik (2000), quando tem certo tempo elevado de duração ou se torna frequente, a reação emocional de uma pessoa tende a caracterizar o indivíduo como tendo esse traço de personalidade específico, como, por exemplo, uma pessoa que apresenta repetidas expressões de raiva pode se caracterizar como uma pessoa briguenta. Um dos problemas ligados ao estudo das emoções que traz preocupações refere-se à distinção entre emoções que duram um curto prazo ou emoções que duram mais tempo. Como exemplo, pode-se citar a raiva, palavra que pode descrever uma sensação transitória associada a um acidente como alguém pisando em seu pé, e também para descrever uma pessoa que parece o tempo todo irritada (Plutchik, 2000).

No primeiro caso, a palavra raiva se refere a um estado breve, e no segundo caso, a palavra raiva se refere a um traço de longo prazo, o tipo que

normalmente consideramos como um traço de personalidade. Alguns psicólogos chamam de traços os estados emocionais que podem durar horas, dias e semanas. A distinção entre estado e o traço emocional não é muito precisa, e muitas vezes são utilizadas alternadamente (Plutchik, 2000). Sendo assim, é esperado que tais emoções apresentem associações com outros construtos relacionados à personalidade, como por exemplo a criatividade, foco deste estudo. A pessoa considerada criativa apresenta comumente características emocionais que incluem Autoconfiança, Complexidade, Ousadia, Persistência e capacidade de concentração (Gough, 1979; Barron, 1988; Sternberg & Lubart, 1995). De acordo com Lubart (2007), alguns traços de personalidade apresentam uma importante particularidade com a criatividade, sendo eles a perseverança, tolerância à ambiguidade, a abertura para novas experiências, o individualismo, a disponibilidade de correr risco e o psicoticismo. Essa tem sido uma forma de avaliar como as emoções se associam à criatividade, examinando as mesmas a partir da personalidade. No entanto, os estudos citados (Gough, 1979; Barron, 1988; Sternberg & Lubart, 1995; Lubart, 2007) tiveram um enfoque distinto no que diz respeito à forma de avaliar a criatividade, já que o presente trabalho teve por enfoque o estudo de associações entre emoções voltadas para a regulação da conduta moral e o processo criativo através da criação de metáforas.

Pesquisas sobre como as emoções afetam a criatividade sugerem caminhos pelos quais a criatividade pode ser implementada. Uma possibilidade frequentemente sugerida na literatura (Nolen-Hoeksema, 2000; Akinola & Mendes, 2008) é que a avaliação social negativa aumenta a criatividade pela quantidade de distratores durante a tarefa criativa. A quantidade de distratores aumenta a interferência na produção de ideias o que favorece ligações inesperadas entre elas, o que é associado à produção criativa. Ainda a literatura registra relações entre depressão e criatividade, sugerindo que pessoas deprimidas são mais introspectivas e manipulam informações cautelosamente, afetando a qualidade da produção criativa, embora não aumente sua quantidade, o que é mais típico de pacientes maníacos (Weisberg, 1994; Pronin & Wegner, 2006). De modo geral, a literatura sobre o assunto explicita que pessoas com estados emocionais negativos são mais propensas à produção criativa. Mais especificamente, estados de humor ativados (raiva, medo, felicidade) e

estados de humor não ativados (calma, relaxamento, tristeza, depressão) afetam diferentemente a performance criativa. De fato, estados de humor com tom hedônico negativo aumentam a fluência, originalidade e melhoram a perseverança, enquanto estados de humor com tom hedônico positivo aumentam a fluência e originalidade e melhoram flexibilidade cognitiva, caracterizando produções criativas distintas (De Dreu & Cols, 2008). Também o estudo de Akinola e Mendes (2008) revelou que afetos negativos resultam em mais produtos criativos.

Nesse sentido, podem ser notadas relações descritas na literatura acerca das emoções e criatividade. Todavia, não se investigaram relações especificamente das emoções tidas como mediadoras das relações sociais (morais) e criatividade, o que foi o foco deste trabalho. Pode-se supor que, pelas características destas emoções, apesar de muitas serem negativas e ser esperado uma relação positiva com a produção criativa, como descrita na literatura, as emoções autoconscientes, por serem necessárias à adaptação das pessoas ao meio, teriam uma associação negativa com as medidas de criatividade, uma vez que, para se adaptar, a pessoa precisa se restringir às regras sociais, o que é contrário à produção criativa e tem consonância com outros estudos que indicam que a maior rejeição social é associada à produção criativa, por exemplo, Nolen-Hoeksema (2000). Ao mesmo tempo, as emoções de condenação do outro também tendem a produzir maior monitoramento e restrição de comportamentos no âmbito social, devendo, igualmente, estar negativamente associadas à produção criativa.

MÉTODOS

Participantes

Participaram da pesquisa 88 alunos, com idades variando de 18 a 54 anos de idade (média de idade = 24 anos, DP = 6,80) que cursavam o ensino superior em uma Universidade particular do interior do Estado de São Paulo. Em relação ao sexo, 12,5% eram homens e 87,5% mulheres.

Instrumentos

Escala de Emoções Morais (EEM) (Bartolhomeu & Carvalho, em preparação). Esse instrumento apresenta 143 itens avaliados em escala Likert de 4 pontos descrevendo o quanto cada frase o caracteriza, e a

pontuação das respostas variou de 1 a 4 pontos, sendo somados os escores de cada item em cada fator para se compor as medidas de cada emoção. As emoções avaliadas são: culpa que é considerada tradicionalmente a emoção central moral, a culpa pode ser causada pela violação das regras morais, principalmente se essas violações causam dano ou sofrimento a outras pessoas (35 itens); vergonha – considerada uma variável cultural, que pode advir da consciência de uma infração, ou sentimento de inadequação (30 itens); raiva – impulso acompanhado pela dor, vingança (40 itens), nojo que é considerado uma resposta tanto a objetos físicos como a violações sociais (33 itens); desprezo pode ser considerado uma variante do nojo, uma combinação entre raiva e repulsa (15 itens); embaraço é considerado uma emoção de autoconsciência e está ligado ao fator e ajustamento social, como redução das aparições em eventos (12 itens) (Haidt, 2003).

Teste de Criação de Metáforas (Primi, 2006). A metáfora é um tipo de pensamento usado para criar sentidos diferentes para ideias conhecidas. O pensamento por meio de metáforas é importante porque é uma das bases da criatividade. As metáforas e analogias, portanto, pressupõem um processo cognitivo elaborado de associação de ideias e em decorrência disso são expressões da inteligência. No teste de criação de metáforas, pedimos às pessoas que criem metáforas a partir de estímulos iniciais como, por exemplo, “A grama é o/a _____ da terra, “O pneu é o/a _____ do carro”. O pressuposto desse teste é que indivíduos mais criativos têm facilidade em estabelecer novas associações com ideias já conhecidas. Assim, a partir dos estímulos, esses indivíduos têm mais facilidade em produzir associações de qualidade e apresentar ideias (metáforas) originais com os estímulos apresentados. Talvez as respostas que dão ao teste possam parecer absurdas ou não ter relevância como um verdadeiro produto criativo como uma obra de arte, um poema, etc. Mas o que importa é que a situação de testagem funciona como uma pequena simulação de um processo de criação. Acredita-se que os sujeitos executam os mesmos processos mentais da criação quando dão respostas aos estímulos do teste. Os requisitos em termos de capacidades cognitivas desse teste e da produção criativa são os mesmos. Nesse teste, portanto, cada ideia produzida é analisada quanto à qualidade, de tal forma a constatar a existência de um processo mais elaborado de associação na sua produção. Uma ideia com qualidade indicará maior capacidade nos

processos de associação comuns em pessoas mais criativas. Foram avaliados três aspectos na qualidade de cada ideia: equivalência, remotividade, reconhecimento consensual do produto. Os dois primeiros critérios dizem respeito às características cognitivas e o terceiro do reconhecimento social.

Procedimento de coleta de dados

Os dados foram coletados após a autorização das instituições e a assinatura dos termos de consentimento pelos participantes ou por seus responsáveis em sala de aula, em horários previamente cedidos pelas instituições e pelos professores. Os objetivos da pesquisa foram explicados aos alunos e a aplicação ocorreu de forma coletiva, sendo sanadas as possíveis dúvidas no local pelos examinadores já previamente preparados. Vale ressaltar que a pesquisa foi aprovada pelo comitê de ética da Anhanguera Educacional sob o número 424/2010.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Primeiramente, foram obtidas estatísticas descritivas das medidas dos fatores do teste empregado com vistas a se caracterizar essas variáveis na amostra em questão, em cada um dos grupos. Também foram tomadas medidas de consistência interna dos fatores do EEM por meio dos coeficientes Alfa de *Cronbach*. A fim de verificar a confiabilidade dos itens em questão, foram calculados os alfas de *Cronbach* para todos os fatores. Esse cálculo consiste em uma análise de co-variância entre itens de um mesmo fator, cujo intuito é identificar se os itens estão altamente correlacionados entre si. Após isso, foram estabelecidas as correlações entre as medidas do EEM e o Teste de Criatividade por Metáforas, procurando estabelecer mais evidências de validade por relação com outras variáveis para os testes em questão. A análise utilizada foi a de correlação produto-momento de *Pearson*. Também foi feita a comparação de grupos extremos formados com base no teste de criação de metáforas das medidas de emoções morais obtidas. Assim, serão comparadas emoções que diferenciem pessoas mais e menos criativas nesse teste. Essa análise foi feita pela prova *t* de *Student*.

Os escores obtidos na variável Culpa podem ser vistos na Figura 1. Nota-se que a maior concentração dos indivíduos está entre as pontuações 65 a 85 (72,6%), indicando que houve uma tendência à

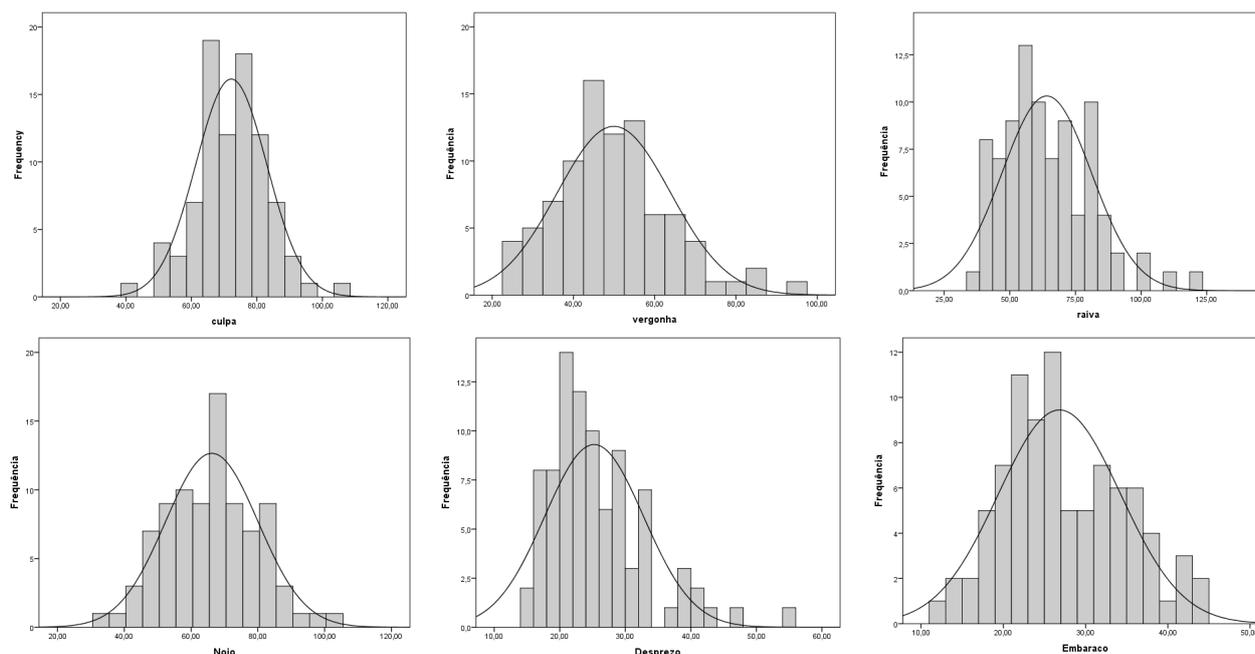


Figura 1. Distribuição das medidas da escala de emoções morais

distribuição normal, apesar de certa curtose. A média foi de 72,2 (DP = 10,90) com pontuação mínima e máxima entre 41 e 106, respectivamente.

A média das pontuações de Vergonha foi de 49,6 (DP = 13,95), com pontuação mínima e máxima entre 25 e 94. A maior concentração de pontuações está visivelmente situada entre os escores 44 e 56 respectivamente (43,2%). Sobre a distribuição das pontuações de Raiva, sua média foi de 64,1 (DP = 17,0), com pontuação mínima em 36 pontos e máxima em 121. Os escores referentes ao fator Nojo tiveram maior concentração na pontuação 66 (51,1%). A média foi de 66,2 (DP = 13,87), pontuações mínima e máxima entre 33 e 104. A distribuição de pontuações da variável Desprezo teve média de 25,2 (DP = 7,54), com pontuação mínima em 15 pontos e máxima em 54. Houve uma concentração acentuada nas pontuações de 19 a 22, representando 30,7% dos avaliados. Por fim, o fator Embaraço obteve média de pontuações de 26,8 (DP = 7,43), com pontuação mínima em 12 e máxima em 44. Observa-se maior concentração dos indivíduos entre as pontuações 21 e 27, congregando 42% do total da amostra. A distribuição da variável Média de Metáforas pode ser observada na Figura 2. A média foi de 0,63 (DP = 0,30), com pontuação máxima em 1,3 e mínima em 0. Houve uma concentração acentuada nas pontuações 0,7, representando

64,2% dos avaliados. Isso sugere que houve pessoas que produziram muitas metáforas enquanto outras não conseguiram produzir sequer alguma.

Os escores referentes ao fator Soma de Metáforas tiveram maior concentração entre os indivíduos na pontuação 11 (87,7%). A média foi de 7,6 (DP = 4,17), pontuações mínima e máxima entre 0 e 23. Assim como a variável Média de Metáforas, a análise desse fator permitiu inferir que, enquanto alguns indivíduos produziram muitas metáforas, outros não conseguiram produzir nenhuma. As pontuações referentes à variável Média de Categoria Metáforica estão representadas na Figura 2 também. A média das pontuações foi de 0,57 (DP = 0,27), com pontuação mínima e máxima entre 0 e 1,19. A maior concentração de pontuações está visivelmente situada no escore 0,40, representando 28,4% dos indivíduos da amostra. Pode-se observar ainda a distribuição de pontuações do fator Soma de Categoria Metáforica. A média foi de 7,1 (DP = 5,32), com pontuação mínima em 0 e máxima em 34. Nota-se uma concentração acentuada no escore 8, totalizando 74,4% dos avaliados na presente pesquisa. Apesar da grande variabilidade na produção metafórica entre os indivíduos, havendo inclusive aqueles que não produziram nenhuma metáfora, os estudos permitiram verificar uma grande variedade de categorias. Finalmente, no fator Número de Respostas, a média foi de 12,5 (DP = 6,94), com

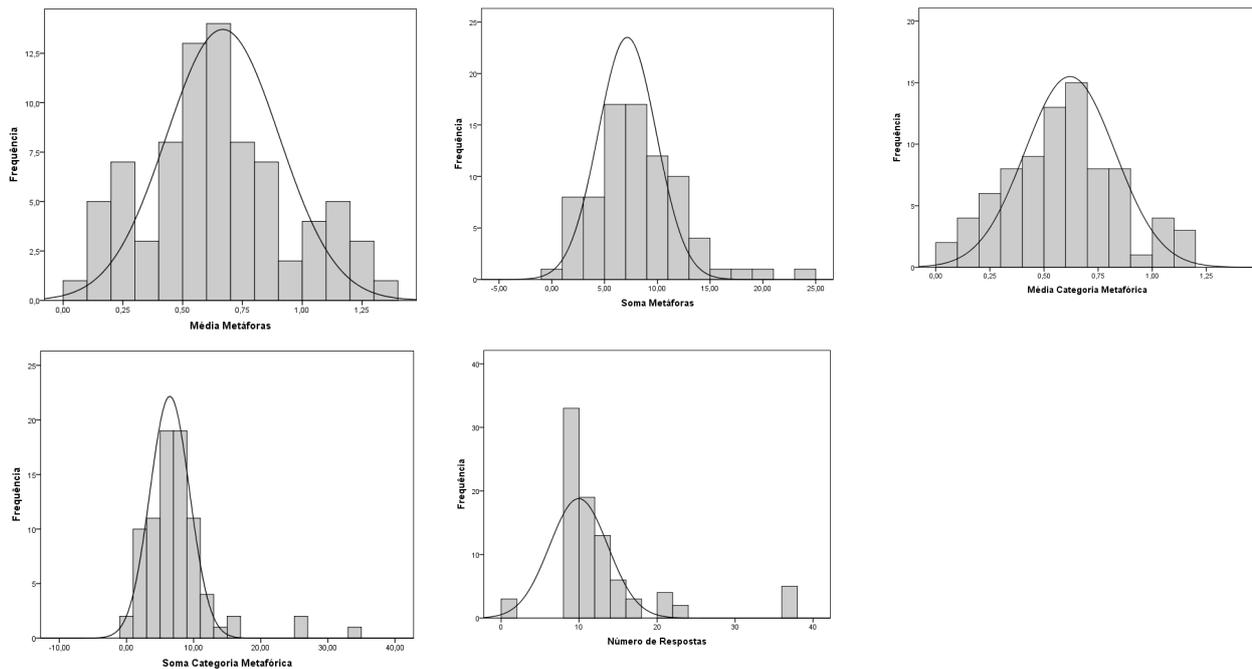


Figura 2. Distribuição das medidas do teste de Criação de Metáforas

pontuação mínima em 1 e máxima em 33. A maior concentração de indivíduos está situada no escore 9, representando 70,5% do total da amostra. A produção de respostas pode ser considerada satisfatória, tendo em vista o tamanho da amostra.

Descrição das variáveis da amostra por idade e sexo

As análises executadas revelaram não haver diferenças significativas entre essas medidas entre sexos ou idades estudados, sugerindo que independentemente da idade ou sexo, as pessoas tendem a manifestar tais emoções da mesma forma. Além disso, tem implicações diretas na sequência das análises, que não precisam ser separadas em razão dessas variáveis. Assim como as medidas do EEM, a análise dos fatores do Teste de Criação de Metáforas também não revelou diferenças significativas de sexos ou idades. Esses dados podem ser vistos nas Tabelas 1 e 2, respectivamente.

Correlações entre as medidas do EEM e o teste de criatividade por Metáforas

A análise da consistência interna através do alfa de Cronbach se mostrou satisfatória, uma vez que indicou que os itens em cada um dos fatores do EEM

avaliam homogeneamente cada um dos constructos em questão. Os valores alfa de cada fator podem ser observados na Tabela 3.

Procurou-se estabelecer as correlações entre as medidas do EEM e o teste de criatividade por Metáforas, através da análise de correlação produto-momento de Pearson, e seus resultados estão na Tabela 4. Evidenciou-se uma correlação negativa significativa entre as variáveis Categoria Metafórica e Culpa. De acordo com Muniz et al. (2007), a categoria metafórica diz respeito a quantas ideias distintas o sujeito conseguiu criar para cada item. As categorias metafóricas estão diretamente ligadas à variável flexibilidade, uma vez que essa segunda consiste na habilidade de mudar os tipos de respostas. Denota uma capacidade de olhar o problema sob diferentes ângulos e identificar formas distintas para enfrentar o mesmo problema. Já a variável Culpa é comumente tratada como emoção central moral, pode ser causada pela violação das regras morais, principalmente se essas violações causam dano ou sofrimento a outras pessoas. A culpa envolve uma avaliação negativa de um determinado comportamento, em outras palavras, os sujeitos sentem remorso, arrependimento, medo, preocupação, ansiedade, tensão e desejo de reparação (Tangney, Stuewig, & Mashek, 2007). Desse modo, a correlação encontrada sugere que a produção de metáforas tende a variar de acordo com os sentimentos de culpa do

Tabela 1
T – Test – Diferença das variáveis da amostra por sexo.

	Sexo	N	Média	Desvio Padrão	t	df	p
Média de Metáforas	1	11	0,73	0,22	1,09	79	0,28
	2	70	0,62	0,32	1,43	17,49	0,17
Soma de Metáforas	1	11	9,64	4,27	1,78	79	0,08
	2	70	7,26	4,09	1,73	13,05	0,11
Categoria Metafórica	1	11	0,60	0,23	0,43	79	0,67
	2	70	0,57	0,27	0,49	14,90	0,63
Soma de Categoria Metafórica	1	11	8,09	4,28	0,66	80	0,51
	2	71	6,94	5,48	0,79	15,58	0,44
Número de respostas	1	11	13,10	4,80	0,31	86	0,77
	2	77	12,40	7,22	0,42	17,26	0,68
Nojo	1	11	61,73	13,17	-1,14	86	0,26
	2	77	66,84	13,93	-1,20	13,41	0,25
Desprezo	1	11	22,82	8,66	-1,14	86	0,26
	2	77	25,58	7,37	-1,01	12,16	0,33
Embaraço	1	11	26,45	6,46	-0,18	86	0,86
	2	77	26,88	7,60	-0,20	14,28	0,84
Culpa	1	11	72,36	9,22	0,06	86	0,95
	2	77	72,14	11,14	0,07	14,52	0,94
Vergonha	1	11	46,00	13,98	-1,00	86	0,32
	2	77	50,52	13,95	-1,00	13,01	0,33
Raiva	1	11	65,27	17,49	0,25	86	0,81
	2	77	63,91	17,04	,243	12,87	0,81

indivíduo, e, quanto mais culpado o sujeito se sentir, menos variação de metáforas conseguirá criar. Esse achado propõe que o funcionamento dessa emoção, restringe a produção de metáforas diferenciadas, uma vez que, indivíduos culpados sentem a necessidade de reparação e, por conta dessa necessidade, desperdiçam energia, produzindo metáforas mais estereotipadas.

Apesar de nenhum estudo ter investigado as relações entre emoções morais diretamente e criatividade, sabe-se que a culpa é um sintoma comum e característico de quadros de depressão, que frequentemente tem sido associada à boa qualidade da produção criativa, mas não a sua quantidade (Weisberg, 1994; Pronin & Wegner, 2006). Assim, de fato, a culpa associou-se negativamente à quantidade de produções criativas, o que encontra consonância nesses estudos. Quanto à qualidade da produção criativa, essa é uma limitação do presente trabalho, já que não se tem informação acerca da qualidade das mesmas, convidando a novas investigações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Parte das suposições aventadas inicialmente neste trabalho não se confirmaram, já que nem todas as emoções autoconscientes associaram-se negativamente à criatividade e nenhuma emoção de condenação do outro o fez igualmente. Há que se considerar que a forma de avaliação da criatividade empregada no presente trabalho também foi diferente dos estudos que analisaram a criatividade e emoções na literatura, não havendo nenhum estudo desses que analisou a criatividade por metáforas. Tal fato convida também a novas investigações sobre as associações entre emoções e criatividade a partir de metáforas e também às pesquisas sobre emoções morais e criatividade avaliada pelos moldes mais tradicionais como o teste de pensamento criativo de Torrance, por exemplo, com os fatores de fluência, originalidade, dentre outros. Apesar de só a culpa ter se associado à criatividade, tal fato pode iniciar uma discussão acerca do quanto as restrições sociais e as emoções decorrentes delas podem afetar a produção criativa. Nesse sentido, pode-se supor,

Tabela 2
ANOVA – Diferenças das variáveis da amostra por idade.

		Soma de Quadrados	df	Média de Quadrados	F	p
Média de Metáforas	Entre os grupos	1,62	20	0,08	0,86	0,63
	Dentro dos grupos	5,28	56	0,09		
	Total	6,90	76			
Soma de Metáforas	Entre os grupos	348,85	20	17,44	1,01	0,47
	Dentro dos grupos	965,96	56	17,25		
	Total	1314,81	76			
Categoria Metafórica	Entre os grupos	1,20	20	0,06	0,82	0,68
	Dentro dos grupos	4,11	56	0,07		
	Total	5,31	76			
Soma de Categoria Metafórica	Entre os grupos	520,28	20	26,01	0,87	0,63
	Dentro dos grupos	1708,10	57	29,97		
	Total	2228,37	77			
Número de respostas	Entre os grupos	544,92	20	27,25	0,48	0,97
	Dentro dos grupos	3617,11	63	57,41		
	Total	4162,04	83			
Nojo	Entre os grupos	4936,71	20	246,84	1,41	0,15
	Dentro dos grupos	11013,10	63	174,81		
	Total	15949,81	83			
Desprezo	Entre os grupos	959,87	20	47,99	1,03	0,44
	Dentro dos grupos	2939,69	63	46,66		
	Total	3899,56	83			
Embaraço	Entre os grupos	947,33	20	47,37	0,79	0,72
	Dentro dos grupos	3794,34	63	60,23		
	Total	4741,67	83			
Culpa	Entre os grupos	2442,23	20	122,11	1,00	0,48
	Dentro dos grupos	7696,47	63	122,17		
	Total	10138,70	83			
Vergonha	Entre os grupos	4658,70	20	232,94	1,20	0,28
	Dentro dos grupos	12206,53	63	193,76		
	Total	16865,24	83			
Raiva	Entre os grupos	5465,81	20	273,29	1,07	0,41
	Dentro dos grupos	16168,00	63	256,64		
	Total	21633,81	83			

Tabela 3
Valores Alfa de Cronbach para a escala de emoções morais.

	α
Nojo	0,88
Desprezo	0,87
Embaraço	0,86
Culpa	0,84
Vergonha	0,92
Raiva	0,93

em consonância com Nolen-Hoeksema (2000), que o ajuste às regras sociais produziria emoções específicas que afetariam a criatividade, valendo-se a pena analisar efeitos de mediação ou moderação dessas variáveis, testando-se esse modelo em pesquisas futuras.

Um aspecto que restringiu a discussão dos resultados ora obtidos foi a ausência na literatura de estudos sobre emoções morais e criatividade. Ainda, identificou-se uma quantidade pequena de estudos relacionando essas duas variáveis tanto em âmbitos nacional e internacional, tornando necessária uma

Tabela 4
Correlação entre as medidas do EEM e teste de criatividade por Metáforas.

		Média de Metáforas	Soma de Metáforas	Categoria Metafórica	Soma de Categoria Metafórica	Número de Respostas
Nojo	<i>r</i>	-0,08	-0,05	-0,10	-0,09	0,18
	<i>p</i>	0,478	0,637	0,361	0,438	0,090
Desprezo	<i>r</i>	-0,16	-0,17	-0,17	-0,18	-0,01
	<i>p</i>	0,161	0,120	0,127	0,111	0,913
Embaraço	<i>r</i>	0,02	-0,06	-0,01	-0,12	0,11
	<i>p</i>	0,831	0,590	0,948	0,281	0,309
Culpa	<i>r</i>	-0,21	-0,19	-0,25	-0,21	0,09
	<i>p</i>	0,058	0,094	0,023	0,061	0,393
Vergonha	<i>r</i>	0,00	-0,00	0,01	-0,00	0,13
	<i>p</i>	0,977	0,973	0,951	0,989	0,239
Raiva	<i>r</i>	-0,03	-0,01	-0,08	-0,04	0,18
	<i>p</i>	0,793	0,920	0,481	0,735	0,091

quantidade maior de pesquisas sobre o tema. Dentre os apontamentos observados na literatura, cabe ressaltar que as características emocionais tidas como importantes para o processo criativo postuladas pelos teóricos foram autoconfiança, complexidade, ousadia, persistência/perseverança, capacidade de concentração, tolerância à ambiguidade, abertura para novas experiências, individualismo, disponibilidade de correr risco, psicoticismo, independência de pensamentos e julgamentos (Barron, 1988; Gough, 1979; Lubart, 2007; Mackinnon, 1978; Sternberg & Lubart, 1995). Nota-se que alguns estudos têm levado em conta a hipótese de fatores emocionais influenciarem a criatividade. De acordo com Wechsler e Nakano (2002), a partir da década de 1970, muitos autores passaram a questionar o fato de a criatividade estar fortemente delimitada como processo cognitivo, sugerindo que o correto seria compreendê-la a partir de uma visão mais integrada, considerando tanto aspectos cognitivos quanto afetivos.

A partir dessa reavaliação, um dos indicadores identificados pelo autor e explicitado por Wechsler (2002) é o fator denominado presença de emoção, uma vez que as emoções têm sido compreendidas como facilitadoras dos processos de inspiração que permitem a ocorrência de fenômenos criativos, funcionando dessa forma como um efeito facilitador da criatividade, expressa através de sentimentos. De fato, a correlação negativa significativa identificada nesse trabalho entre a variável Categoria Metafórica e a emoção moral

Culpa reforça a ideia de que as emoções agem como facilitadoras do processo criativo. Desse modo, é possível sugerir que, assim como podem facilitar o processo criativo, as emoções reguladoras da moralidade podem também na outra via atrapalhar o surgimento de expressões vistas como criativas. Segundo o estudo de Austin, Deary e Gibson (1997), a diferenciação das aptidões relacionadas à inteligência foi menor em pessoas com maior incidência do traço neuroticismo. Esse traço é caracterizado por instabilidade emocional, medo e culpa, o que corrobora em parte os achados no presente trabalho, já que a criatividade aqui foi avaliada como desempenho dos indivíduos, além do que a criação de metáforas requer uma melhor aptidão cognitiva. Assim, sentimentos de culpa restringem a variação das metáforas criadas, diminuindo as diferenças quanto a essa aptidão.

Das limitações da presente pesquisa, faz-se necessário reforçar que as emoções avaliadas são muito específicas, o que provavelmente resultou em discrepâncias com os resultados obtidos na literatura, uma vez que as emoções foram analisadas separadamente e não congregadas em traços, o que foi tendência observada na literatura, dificultando a discussão dos resultados. Outro ponto a ser lembrado se dá pelo fato de que os tipos de avaliação de criatividade também afetaram os resultados finais, pois nenhum dos estudos identificados teve a produção de metáforas como base para avaliação do processo criativo.

REFERÊNCIAS

- Akinola, M., & Mendes, W. B. (2008). The Dark Side of Creativity: Biological Vulnerability and Negative Emotions Lead to Greater Artistic Creativity. *Perspective Society Psychology Bulletin*, 34, 1677-1686.
- Austin, E. J., Deary, I. J., & Gibson, G. J. (1997). Relationships between intelligence and personality: Three hypotheses tested. *Intelligence*, 25, 49-70.
- Baron, J. (1988). *Thinking and Deciding*. Cambridge University Press.
- Bartolhomeu, D., & Carvalho, L. *Escala de Emoções Morais (EEM)*. Universidade São Francisco – USF. (no prelo)
- De Dreu, C. K. W., Baas M., & Nijstad, B. A. (2008). Hedonic tone and activation level in the mood creativity link: Towards a dual pathway to creativity model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 94, 739-756.
- Durkheim, E. (1951). *Suicide: A sociological aspect*. Free Press.
- Eisenberg, N. (2000). Emotion, Regulation, and Moral Development. *Annual Review Psychology*, 51, 665-697.
- Ekman, P. (1992). Are there basic emotions? *Psychological Review*, 99, 550-553.
- Gough, S. B. (1976). *Studies on Wisconsin desmids (Desmidiaceae, Chlorophyta) with emphasis on those occurring in hard waters*. Ph.D. thesis, Univ. Wisconsin-Madison.
- Haidt, J. (2003). *The moral emotions*. In R. J. Davidson, K. R. Scherer & H. H. Goldsmith (Eds.), *Handbook of affective sciences* (pp. 852-870). Oxford: Oxford University Press.
- Keltner, D., & Buswell, B. N. (1997). Embarrassment: Its distinct form and appeasement functions. *Psychological Bulletin*, 122, 250-270.
- Keltner, D., & Kring, A. M. (1998). Emotion, Social Function, and Psychopathology. *Review of General Psychology*, 2, 320-342.
- Kneller, G. F. (1971). *Arte e ciência da criatividade*. (J. de Reis, Trad.). São Paulo: Ibrasa.
- Lazarus, R. (1991). *Emotion and adaptation*. Nova York: Oxford University Press.
- Lubart, T. (2007). *Psicologia da Criatividade*. Porto Alegre: Artmed.
- Mackinnon, D. W. (1978). D. W. *In search of human effectiveness*. Nova York: Creative Education Foundation.
- Miller, G. A. (1996). How we think about cognition, emotion, and biology in psychopathology. *Psychophysiology*, 33, 615-628.
- Mokros, H. B. (1995). Suicide and shame. *American Behavioral Scientist*, 38, 1091-1103.
- Muniz, M.; Miguel, F. K.; Couto, G.; Primi, R.; Cunha, T. F. da; Barros, D. P., & Cruz, M. B. Z. (2007). Evidência de validade de critério para o Teste de Criação de Metáforas. *PSIC – Revista de Psicologia da Vetor Editora*, 8, 21-29.
- Nolen-Hoeksema, S. (2000). The role of rumination in depressive disorders and mixed anxiety/depressive symptoms. *Journal of Abnormal Psychology*, 109, 504-511.
- Oatley, K., & Johnson-Laird P. N. (1996). The Communicative Theory of Emotions: Empirical Tests, Mental Models, and Implications for Social Interaction. In: L. L. Martin & A. Tesser (Eds.), *Striving and feeling: Interactions among Goals, Affect, and Self-Regulation* (pp. 363-393). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Plutchick, R. (1980). A general *psychoevolutionary theory of emotion*. In: R. Plutchik & H. Kellerman (Eds.), *Emotion Theory, Research, and Experience* (pp. 46-75). Nova York: Academic Press.
- Plutchik, R. (1994). *The Psychology and Biology of Emotion*. Nova York: Harper & Collins.
- Plutchik, R. (2000). *Emotions in the practice of psychotherapy: Clinical implications of affect theories* (pp. 11-20). Washington, DC, US: American.
- Primi, R. (2006). *Teste de Criação de Metáforas – Critérios de Pontuação e Interpretação*. Laboratório de Avaliação Psicológica e Educacional (LabAPE) Universidade São Francisco, Itatiba, SP.
- Pronin E., & Wegner D. M. (2006). Manic thinking: Independent effects of thought speed and thought content on mood. *Psychological Science*, 17, 807-813.
- Rozin, P.; Haidt, J., & McCauley, C. R. (2000). Disgust. In: M. Lewis & J. Haviland (Eds.), *Handbook of emotions*. (2ª ed.) pp. 637-653). Nova York: Guilford Press.
- Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1995). *Defying the crowd: Cultivating creativity in a culture of conformity*. Nova York: Free Press.

- Tangney, J. P.; Stuewig, C. S., & Mashek, D. J. (2007). Moral emotions and moral behavior. *Annual Review of Psychology*, 58, 345-372.
- Wechsler, D. (2002). *The Wechsler Preschool and Primary Scale of Intelligence*. Third Edition (WPPSI-III). San Antonio, TX: The Psychological Corporation.
- Wechsler, S. M., & Nakano, T. C. (2002). Caminhos para a avaliação da criatividade: perspectiva brasileira. In: R. Primi (Ed.), *Temas em Avaliação Psicológica* (pp. 103-115). Campinas: IDB
- Weisberg, R. W. (1994). Genius and madness: A quasi-experimental test of the hypothesis that manic depression increases creativity. *Psychological Science*, 5, 361-367.

Daniel Bartholomeu
d_bartholomeu@yahoo.com.br
Universidade São Francisco – USF

Juliana Francisca Cecato
cecatojuliana@hotmail.com
UniFIO – Fundação Instituto de Ensino para Osasco