

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
CURSO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO

FELIPE COMUNELLO

**O PAPEL DA CRIATIVIDADE NA FORMAÇÃO DO GESTOR DA  
INFORMAÇÃO – UM ESTUDO TEÓRICO**

CURITIBA

2017

FELIPE COMUNELLO

**O PAPEL DA CRIATIVIDADE NA FORMAÇÃO DO GESTOR DA  
INFORMAÇÃO – UM ESTUDO TEÓRICO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada à Disciplina de Pesquisa em Informação II, no Curso de Gestão da Informação, do Departamento de Ciência e Gestão da Informação do Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Maria do Carmo Duarte Freitas, Dra. Eng.

CURITIBA

2017

Dedico esse trabalho a Antônio Dalton Menezes *in memoriam*

Mais que um pai, mais que um irmão, um verdadeiro Amigo!

## AGRADECIMENTOS

À minha orientadora Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Maria do Carmo Duarte de Freitas, pelo apoio, amizade, orientação e por ser quase uma mãe também.

À Prof<sup>a</sup>Dr<sup>a</sup> Denise F. Tsunoda, pelos ensinamentos e amizade.

A minha família, pelo apoio imenso que me deram e por todas as vezes que foram minha pedra fundamental.

Agradeço aos meus amigos, que me acompanharam durante essa jornada, em especial, o Felipe Nunes, Daniel S. Paixão, Heidan Rodrigues e demais colegas que estiveram por mim quando eu precisei, amigos assim são para a vida.

Ao Colegiado do Curso de Gestão da Informação, pelas discussões, debates, ensinamentos e políticas. Assim como ao Centro Acadêmico de Gestão da Informação (CAGI) e Diretório Central dos Estudantes da UFPR (DCE UFPR) pelas experiências vividas e desafios.

À minha colega Manoela Oliveira *in memoriam*, por toda a garra que você demonstrou, pelo bom exemplo de aluna que você foi. Assim como, as ajudas recebidas! Foi um prazer passar esse tempo como seu colega e amigo.  
Esteja em Paz aonde estiver.

À minha amada UFPR.

À Deus.

## **AUTOBIOGRAFIA EM 5 CAPÍTULOS**

### **Capítulo 1**

Ando pela rua.  
Há um buraco fundo na calçada.  
Eu caio.  
Estou perdido... sem esperança.  
Não é culpa minha.  
Leva uma eternidade para encontrar a saída.

### **Capítulo 2**

Ando pela mesma rua.  
Há um buraco fundo na calçada.  
Finjo não vê-lo.  
Volto a cair.  
Não posso acreditar que tenha caído no mesmo lugar.  
Mas não é culpa minha.  
Ainda assim levo um tempão para sair.

### **Capítulo 3**

Ando pela mesma rua.  
Há um buraco fundo na calçada.  
Vejo que ele está ali.  
Ainda assim caio... é um hábito.  
Meus olhos se abrem.  
Sei onde estou.  
É culpa minha.  
Saio imediatamente.

### **Capítulo 4**

Ando pela mesma rua.  
Há um buraco fundo na calçada.  
Dou a volta.

### **Capítulo 5**

Caminho por outra rua.

## RESUMO

Pesquisa sobre a Gestor da Informação e sua inserção no mercado de trabalho, debatendo a existência e importância da criatividade como uma atitude a ser desenvolvida durante a formação do bacharelado de Gestão da Informação. Tem-se por objetivo demonstrar as relações entre a criatividade e a formação dos alunos do curso de Gestão da Informação da UFPR, destacando a importância da Criatividade no ambiente de trabalho. A estratégia metodológica adotada iniciou com um estudo bibliográfico qualitativo, optou-se por adotar técnicas da Teoria Fundamentada em Dados (TFD) seguida de um estudo comparativo junto com o Projeto Pedagógico do Curso de Gestão da Informação. Constatou-se que o Gestor da Informação é um profissional que tem um potencial criativo e estratégico, devido as características de sua formação e crescimento do mercado de trabalho para profissionais da informação assim como foi constatado que a Criatividade está presente nas características do curso de Gestão da Informação.

Palavras-Chave: Gestão da Informação, Criatividade, TFD, Ensino Superior.

## **ABSTRACT**

The present research project proposes to look at Information Management and its insertion in the labour market, returning the existence and importance of creativity as a skill within the Bachelor of Information Management. Conducted a qualitative bibliographic study of each area exposing as main features interlacing the themes, with an aid of some aspects of the Grounded Theory (TFD) followed by analysis of the Pedagogical Project of the Information Management Course. So the main objective is to demonstrate how the relations between a creativity and a formation of the students of the course of Information Management of UFPR, highlighting the importance of Creativity in the work environment. Thus, market managers and professors of the course of Information Management, can encourage and seek where this professional stands out and how can develop in their expertise and essential qualities of these type of professional. By observing and analysing how information collected and creating a scenario that shows the development of creativity within the professional's training and how these characteristics influence the profile of the Information Manager, considering that Creativity is already present inside the course Pedagogical Project.

Keywords: Information Management, Creativity, Grounded Theory, higher education.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – O que é Criatividade? .....	27
FIGURA 2 – Definições de Criatividade .....	28
FIGURA 3 – Criatividade e sua relação com o indivíduo .....	30
FIGURA 4 – O pensamento Criativo .....	31
FIGURA 5 – A Criatividade Organizacional.....	34
FIGURA 6 – Facilidades e Barreiras da criatividade organizacional .....	35
FIGURA 7 – Nuvem de palavras dos artigos selecionados sobre criatividade. 38	
FIGURA 8 – Demonstrativo da evolução dos códigos .....	40
FIGURA 9 – O comum entre Criatividade e Gestão da Informação .....	44
FIGURA 10– Competências dos Profissionais da informação .....	45

## **LISTA DE TABELAS**

TABELA 1 – Resultados Brutos da Pesquisa.....	20
TABELA 2 – Assuntos da Pesquisa (Tópicos) .....	22
TABELA 3 – Resultados com critérios iniciais.....	23

## **LISTA DE QUADROS**

QUADRO 1 – Lista de Variáveis e Pontos Chave .....	37
QUADRO 2 – Tabela de Segmentos/áreas e seus Objetivos .....	41
QUADRO 3 – Comparação entre Criatividade e gestão da Informação.....	43

## **LISTA DE ABREVIATURAS E/OU SIGLAS**

B2C – Business to client

CBO - Classificação Brasileira de Ocupações

CEO – Chief Executive Officer

UFPR – Universidade Federal do Paraná

PPC – Projeto Pedagógico de Curso

TFD – Teoria Fundamentada em Dados

TICs - Tecnologias da Informação e do Conhecimento

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	13
1.1 PROBLEMÁTICA E JUSTIFICATIVA .....	15
1.2 OBJETIVOS .....	16
1.2.1 OBJETIVO GERAL .....	16
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	16
2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	17
2.1 ELEMENTOS DA TEORIA FUNDAMENTADA EM DADOS .....	18
2.2 ETAPA DA COLETA .....	19
2.3 ETAPA DE CODIFICAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS .....	23
3 RESULTADOS TEÓRICOS SOBRE CRIATIVIDADE .....	26
3.1 CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE CRIATIVIDADE .....	26
3.3 CRIATIVIDADE INERENTE AO SER HUMANO .....	29
3.4 O PENSAMENTO CRIATIVO .....	30
3.5 GERAÇÃO DE IDEIAS, ABORDAGENS E MODELOS CRIATIVOS .....	32
3.6 CRIATIVIDADE ORGANIZACIONAL .....	33
3.7 FACILIDADES E BARREIRAS DA CRIATIVIDADE E DA CRIATIVIDADE ORGANIZACIONAL .....	34
3.8 CRIATIVIDADE E GESTÃO DA INFORMAÇÃO .....	35
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....	37

4.1 DEFINIÇÃO DAS CATEGORIAS.....	37
4.2 ELEMENTOS DA CRIATIVIDADE NA GESTÃO DA INFORMAÇÃO .....	42
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	46
REFERÊNCIAS.....	48

## 1 INTRODUÇÃO

O termo Gestão da informação surgiu em meados da década de 70, as tecnologias estavam se desenvolvendo e a quantidade de dados que estavam sendo criados crescia de forma exponencial. A profissão do gestor da informação surgiu pela necessidade de centralizar em uma função a organização e tratamento de todos os dados que eram criados de forma estratégica.

“Considerando o cenário em que a diversificação e o aperfeiçoamento nos processos de coleta, tratamento, organização e disseminação de informação apoiam-se no uso inteligente das tecnologias, distingue-se a atuação do profissional voltado para o estudo dos fluxos de informação e a promoção de seu uso.” Bufrem (2004, p. 176)

A quantidade de informações não mudou, mas cresceu exponencialmente. É de senso comum que as empresas reconheçam cada vez mais a necessidade de um profissional com um entendimento sobre armazenamento de informações, sistemas de comunicação, processos, e visão sobre negócios.

A gestão de informações se tornou uma necessidade básica para todas as áreas do conhecimento e surgem diferentes tecnologias e novos modelos de negócio motivam indiretamente o surgimento de profissionais com foco na informação e em seus processos.

No Brasil, há menos de 20 anos surgiu os primeiros cursos que formam profissionais para atuar na geração, organização e Gestão da Informação em ambientes organizacionais. Formar um gestor da informação é um desafio! Sua formação deverá apresenta características disruptivas, fato que requer um esforço de aprendizagem diferenciado dos padrões existentes em outros cursos. Este deverá ser criativo ao se relacionar com negócios e capaz de articular conhecimentos de design, gestão de dados e processos, tendo ideias novas com visão processual.

O Gestor da informação surge como uma profissão com características específicas que o diferencia de outros profissionais. RAZZOLINI FILHO; NASCIMENTO (2011, p. 40) destaca que “é necessário formar um profissional com visão holística, que enxergue a empresa como um sistema, pois ele será forçado a ter contato com as áreas da organização (...)”. A formação de natureza interdisciplinar amplia a possibilidade de atuação em distintas áreas do conhecimento. Ele se apresenta ao mercado com perfil flexível, moderno, receptivo e criativo. Essa flexibilidade é aprendida ainda na graduação, ao estudar conceitos de Administração, Ciência da Informação e Tecnologia da Informação.

Este estudo pretende contribuir com o curso de Gestão da Informação da Universidade Federal do Paraná ao abordar o tema criatividade como uma competência a ser desenvolvida pelo Gestor da Informação. Assim como refletir sobre as lacunas existentes na formação que devem ser supridas ainda na graduação para que esse profissional seja capaz de suprir, através de suas habilidades formativas, as necessidades do mercado. Uma das competências destacadas por RAZZOLINI FILHO; E.; NASCIMENTO (2011) é a criatividade como uma habilidade essencial na formação do Gestor da Informação.

Esta pesquisa tem uma abordagem exploratória que fará uso de pesquisa bibliográfica sobre o tema Criatividade. O método adotado utiliza parcialmente os elementos técnicos da Teoria Fundamentada em Dados<sup>1</sup> (TFD) sem intencionar formalizar nenhuma teoria. A análise é qualitativa baseada no conteúdo dos artigos selecionados.

---

<sup>1</sup> A Teoria Fundamentada em Dados (TFD) identifica, desenvolve e relaciona conceitos partindo de uma coleta e análise sistemática de dados.

## 1.1 PROBLEMÁTICA E JUSTIFICATIVA

Durante a escolha do assunto observou-se que Criatividade, Competência Profissional e Gestão de Informações são temas que tem poucas referências nas pesquisas, relacionar de Criatividade dentro da formação deste profissional de Gestão da Informação e como ele está inserido no mercado.

“De maneira crescente, a economia se volta para a produção de bens, serviços e atividades de informação.” Marchiori (2002) afirma que a informação deve partir do ponto A para o ponto B sempre para o melhor caminho que traga agilidade e qualidade. Muitas vezes as necessidades informacionais influenciam as organizações de inúmeras maneiras, como em seu desempenho financeiro, de atividades, convivência e organização por exemplo.

As competências requisitadas pelo mercado tidas como “requisitos básicos” são: a criatividade, um olhar inovador e dinâmico, entre outras. Para se destacar, como um profissional de qualidade, espera-se que o Gestor da Informação esteja apto a se adaptar aos ambientes e tenha as capacidades técnicas necessárias.

Araújo (2013) discorre em seu artigo que o ensino superior no Brasil, precisa estabelecer um olhar sobre o cenário, os avanços e as contradições do ensino superior e como os cursos superiores assumem uma identidade em relação as mudanças no cenário mundial:

Muitas carreiras têm se mostrado cada vez mais abertas para diversos cursos, como é o caso da informática, comunicação, mídias; assim, é fundamental que os cursos estejam suficientemente providos de criatividade e flexibilidade curricular e também metodológica. (ARAÚJO, 2013).

A Universidade Federal do Paraná (UFPR) foi a primeira a ofertar uma graduação de Gestão da Informação para o Brasil, ressaltando os estudos da estratégia na gestão das informações no ambiente organizacional, aliando a um entendimento sobre sistemas, processos e gestão.

Por ser pioneiro em formar um profissional de informação para o Brasil, a graduação, desde 1999 já entregou para o mercado mais de 350 profissionais de Gestão da Informação. Profissionais que saíram da universidade com o objetivo de suprir a necessidade existente deste profissional nas organizações. A criatividade é sem dúvida uma das competências aplicadas diretamente e indiretamente nas atividades de um gestor de informação.

A Criatividade é definida como a expressão do potencial humano de realização que se manifesta mediante atividades geradoras de produtos tangíveis, ou seja, como a capacidade de o indivíduo manipular objetos do mundo externo a partir de um desenvolvimento simultâneo de seus recursos pessoais, suas fantasias e seus desejos (WINNICOTT, 1975).

Essa pesquisa se justifica ao abrir a discussão, questionando se a criatividade exerce um papel importante na formação do gestor da informação. A ideia é despertar aos formandos de que a criatividade o torna um profissional diferenciado dentro das organizações.

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 OBJETIVO GERAL

Demonstrar o papel da criatividade na formação do gestor da informação em consonância com o perfil desejado pelo mercado profissional.

### 1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Investigar o conceito de criatividade;
- b) Caracterizar a formação e habilidades geradas pela criatividade;
- c) Compreender a importância da criatividade na formação do profissional de Gestão da Informação.

## 2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho visa responder aos objetivos e a questão de pesquisa em duas etapas distintas. A primeira é a realização de uma pesquisa bibliográfica e a segunda é a utilização de duas técnicas da Teoria Fundamentada nos Dados<sup>2</sup>(TFD), para uma preparação e coleta de dados e apoio à análise. A TFD não é aplicada na sua totalidade e é utilizada única e exclusivamente para facilitar a análise dos artigos e construção dos mapas sobre as falas dos autores sobre o tema selecionado – criatividade.

Para se construir o referencial teórico foram definidas as expressões de buscas citadas abaixo, combinadas de modo a facilitar efetuar a pesquisa nas seguintes bases de dados:

- a) Expressões escolhidas: ' "Criatividade" (em inglês "*Creativity*") (em espanhol "*Creatividad*")
- b) "Competência" (em inglês "*Competency*") (em espanhol "*Competencia*")
- c) "Gestão da Informação" (em inglês "*Information Management*") (em espanhol "*Gestión de la Información*")

Bases de dados escolhidas:

- a) EBSCO ebsohost;
- b) ScienceDirect;
- c) CAPES;

Após a definição das expressões principais a serem utilizadas e os sub tópicos relacionados com o tema principal. Contextualiza-se o modo que os dados, por meio dos elementos da Teoria Fundamentada em Dados, norteiam a construção de uma pesquisa estruturada e de qualidade.

---

<sup>2</sup> A Teoria Fundamentada em Dados (TFD) identifica, desenvolve e relaciona conceitos partindo de uma coleta e análise sistemática de dados.

## 2.1 ELEMENTOS DA TEORIA FUNDAMENTADA EM DADOS

A Teoria Fundamentada em Dados (TDF) identifica, desenvolve e relaciona conceitos partir da coleta e análise sistemática de dados. Para coletar esses dados as suas respectivas fontes reconhecem questões relacionadas ao estudo, podendo ser entrevistas, observações, documentos, vídeos, jornais, cartas ou livros. Strauss; Corbin (1994, pg. 280), inferem que as teorias fundamentadas, conectam diversas perspectivas de padrões passíveis de uma interação ou ação e os conecta de maneira cuidadosa com condições específicas assim como seus objetivos.

Ferreira; Felizola (2012) ao introduzir a teoria e suas características, destacam a criação modelos conceituais ou teorias por meio de uma investigação qualitativa com análise indutiva de dados, de onde surgem categorias que tornam possível uma análise sobre os códigos descritos em vez de ideias e teorias preconcebidas.

A TFD é organizada em etapas que resultam em um entendimento dos dados, Ferreira; Felizola (2012) ainda destaca que esse olhar de entendimento é resultado das abordagens que o método adota. O TFD inicia com um processo de seleção e coleta de dados oriundos de bases científicas escolhidas pelo número de publicações do tema. A partir disso, são criados códigos que delimitam a quantidade e os tipos de dados que tem mais relevância para o estudo representando ainda o assunto de forma resumida e se tornam palavras-chave da pesquisa.

Essas palavras são agrupadas por semelhança – significações e conceitos – identificando nos textos as aproximações conceituais, trazendo um valor analítico relevante sobre o assunto analisado. Na etapa seguinte são definidas as categorias, que norteiam a proposta de criação da teoria.

A TFD como método de análise promove interações e interpretações sobre os dados codificados e categorizados, permitindo um controle das categorias e suas relações, que também podem variar no desenvolver da pesquisa.

No presente trabalho, a TFD tem por finalidade auxiliar na construção e na análise da literatura e estudos que relacionem o papel da criatividade na formação do gestor da informação da UFPR. Embora seja do conhecimento do autor que essa teoria possa gerar novos conceitos sobre o tema estudado, pois a TFD em sua aplicação pode gerar novas teorias.

Destaca-se que a TFD não parte de teorias já existentes e, sim, se fundamenta a partir de dados da própria cena social sem a pretensão de refutar ou provar o produto de seus achados, mas, sim, acrescentar outras/novas perspectivas para elucidar o objeto investigado. (DANTAS *et al.*, 2009, p. 2)

Neste trabalho não são utilizadas todas as etapas da TFD onde a validação dos dados será substituída por uma análise do Projeto Pedagógico do Curso de Gestão da Informação (PPC)<sup>3</sup>, durante a etapa de coleta de dados, existe uma fase que é estruturar os dados para análise por meio de duas técnicas de codificação da TFD: a aberta e a axial. Etapas que serão apresentadas do decorrer deste trabalho.

Características da pesquisa são: o gênero é teórico, a natureza qualitativa, propósito descritivo, meio é bibliográfico, forma não experimental, relacionando as literaturas mais relevantes sobre o tema, dessa forma trazendo para o estudo uma confiabilidade na origem das informações coletadas durante o estudo.

## 2.2 ETAPA DA COLETA

Para criar um olhar de um universo de pesquisa que está dentro da teoria fundamentada, essa etapa inicia com a escolha de canais de

---

<sup>3</sup> O Projeto Pedagógico de um curso reflete a identidade, objetivos, ações pedagógicas em relação a Pesquisa, Ensino e Extensão de um Curso, servindo como base para a evolução do mesmo.

comunicação; a definição de idiomas; a definição de qual período de tempo de análise para a coleta; a escolha dos tipos documentais disponíveis. Para a realização da pesquisa foi utilizado materiais resultados das coletas nas pesquisas nas bases de dados científicas, listadas anteriormente nos procedimentos metodológicos.

Foram utilizadas Bases de Dados de dissertações e teses para realizar as presentes pesquisas. O termo principal para realizar a pesquisa foi, “Criatividade”. Assim como a utilização em inglês “*Creativity*” e em espanhol “*Creatividad*”. Utilizou-se uma primeira rodada de seleção através de uma pesquisa simplificada em busca de resultados, sem configurações avançadas de pesquisa, demonstrados na TABELA 1:

TABELA 1 – RESULTADOS BRUTOS DA PESQUISA

Bases de dados	Resultados
SCIENCE DIRECT	67.712
CAPEL	8.175
EBSCO HOST	954

FONTE: O Autor (2017)

Após uma análise dos resultados brutos da pesquisa sem a utilização de nenhuma ferramenta de busca avançada, como inserção de aspas, ou filtros é possível identificar a necessidade da criação de critérios para a pesquisa, “Criatividade” é um assunto amplo que abrange as áreas de conhecimento, o que resulta em uma grande quantidade de dados e dificultando uma análise com qualidade.

Os critérios de pesquisa foram definidos e ordenados de acordo com a importância durante a realização da pesquisa, ao obter os resultados:

1. O Título do trabalho;
2. O artigo deve ser completo e acesso liberado;
3. Idioma do trabalho;
4. Ano de publicação;
5. Área de conhecimento (Tópicos);
6. Palavras Chave;

O título do trabalho precisa estar de acordo com o foco do trabalho (Criatividade), o artigo deve ser com acesso liberado e completo, contendo expressões relacionadas a criatividade, ensino, formação (foco no perfil universitário). Os idiomas que serão estudados são o português, inglês e espanhol. Como critério de pesquisa foi definido um período de tempo para análise que é de 2012 a 2018 (2017 dependendo da base).

Durante a rodada de pesquisa sem critérios foi identificado que os resultados devem ser processados também a partir de um olhar mais cauteloso em relação às áreas de conhecimento em que a pesquisa se enquadra. Novamente foi necessário observar todas essas áreas de conhecimento e definir quais eram as mais importantes de acordo com o objetivo da pesquisa. Fato que motivou a criação de uma tabela (TABELA 2) para observar os assuntos e obter uma visão em relação ao cerne da pesquisa.

Para a próxima rodada de seleção dos dados foi criado filtros em relação aos tópicos de interesse da pesquisa, sem sair do foco de pesquisa principal. Ao observar o perfil dos resultados a partir da pesquisa bruta foi possível identificar que existem focos principais dos estudos em relação a criatividade.

A criatividade no ensino, no meio profissional (marketing e business) e no meio da saúde (psicologia e enfermagem). Ao comparar essas áreas mais abrangentes dos estudos publicados, para cada Base, foram selecionados os melhores tópicos de interesse para dar início à próxima rodada de seleção. Focando na criatividade no ensino, na organização e no indivíduo (TABELA 2).

TABELA 2 – ASSUNTOS DA PESQUISA (TÓPICOS)

Bases de Dados	Tópicos de Pesquisa	Tópicos selecionados
SCIENCE DIRECT	Student; Organization; Design; Unite State; Social; New York; Child; Research; Patient; Education; Knowledge; Teacher; Innovation; System; Learn; Creativity; Technology; Europe; Project; Business;	Student; Organization; Social; Education; Knowledge; Teacher; Innovation; System; Learn; Creativity; Technology; Project; Business; Behavioral;
CAPES	Criatividade; Creativity; Public Health; Education; Educação; Psychology; Nursing; Business; Creatividad; Inovação; Aprendizagem; Arte; Innovation; Learning; Design; Psicologia; Cultura; Educação Artística;	Criatividade; Creativity; Education; Educação; Business; Creatividad; Inovação; Aprendizagem; Innovation; Learning; Design; Psicologia;
EBSCO HOST	Creative Ability; Creative Thinking; Creation (Literary, Artistic, Etc.); Creative Ability In Business; Leadership, Psychoanalysis; Creativity (Linguistics); Organizational Change; Management; Technological Innovations-Management; Aesthetics; Art Therapy; Psychology, Industrial; Strategic Planning; Organizational Effectiveness; Teams In The Workplace; Creative Ability In Children; Creative Ability In Science; Organizational Behavior; Problem Solving; Psychoanalysis And Literature; Arts, Modern-20th Century; Arts-Therapeutic Use; Authorship; Child Psychotherapy; Cognitive Grammar; Conduct Of Live; Gifted Children- Education; Interpersonal Relations; Knowledge Management; Language And Languages- Study And Teaching; Linguistics; Love; Metaphor; Fotografy - Digital Techniques; Success In Business; Technological Innovations; Active Learning; Cognition; Cognitive Science; Communication; Communication In Management; Consciousness, Creation; Creation Ability; Creative Teaching, Creative Writing;	Creative Ability; Creative Thinking; Creative Ability In Business; Creativity (Linguistics); Organizational Change; Management; Technological Innovations-Management; Strategic Planning; Organizational Effectiveness Creative Ability In Science; Organizational Behavior; Problem Solving; Knowledge Management; Language And Languages- Study And Teaching; Active Learning; Cognition; Cognitive Science; Communication; Communication In Management; Consciousness, Creation; Creation Ability; Creative Teaching, Creative Writing;

Fonte: O Autor (2017)

Após a definição desses critérios iniciais foi realizada uma nova rodada de seleção nas bases de dados, a partir dos resultados iniciais. Foi editado os critérios de pesquisa em cada Base de acordo com as novas definições que se enquadram na pesquisa como um funil que vai especificando a pesquisa de acordo com os objetivos de estudo. A partir disso saíram artigos mais focados, ou seja, um menor número de artigos que se enquadram com os objetivos da pesquisa é demonstrado na TABELA 3 a atuação desse refinamento de pesquisa por meio da criação de critérios durante a pesquisa:

TABELA 3 – RESULTADOS COM CRITÉRIOS INICIAIS

Bases de dados	Pesquisa Bruta	Com critérios iniciais	Com todos os critérios
SCIENCE DIRECT	67.712	57	6
CAPEL	8.175	34	5
EBSCO HOST	954	22	3

FONTE: O Autor (2017)

Na TABELA 3 é perceptível que com o refinamento da pesquisa através dos critérios de pesquisa, a quantidade de resultados com maior relevância na área foram ficando dentro dos resultados de pesquisa, destacando-se em menor número, mas com maior qualidade nos resultados de pesquisa

Realizando uma análise sobre os resultados com um caráter mais específico, agora com todos os critérios definidos no início da pesquisa, foi realizada uma seleção de artigos para avançar e começar a codificação dos dados.

### 2.3 ETAPA DE CODIFICAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Essa etapa se propõe a analisar os dados selecionados de forma qualitativa onde vão se originar códigos os quais surgiram pela pesquisa e foram evoluindo ao longo da pesquisa. Esses códigos se relacionam entre si, por características

parecidas e podem se enquadrar em categorias de acordo com seus conceitos e forma. Para isso é utilizado um conjunto de técnicas para explorar esses dados em seu nível de complexidade e foco, resumindo e rotulando os conjuntos de dados.

Dantas *et al.* (2009) destaca que existem dois tipos de codificação, a **codificação Aberta**, que vai identificar e estruturar os dados brutos e então são categorizados pelo pesquisador, de acordo com suas semelhanças e diferenças. Também é utilizada a **codificação Axial**, que olha para os resultados da codificação anterior e vai sintetizando e explicando esses dados.

Expondo os conjuntos de dados mais significantes e suas representações onde é possível identificar as relações e propriedades dos dados. Após identificar áreas afins e palavras chaves que devem combinar-se dentro de uma categorização, é possível identificar dentro dos dados selecionados, padrões que facilitam um estudo focado.

Para a codificação aberta foi elaborada uma primeira organização dos dados para identificar as categorias listados em uma planilha de dados. Ao ler os textos é possível identificar segmentos/ áreas que poderiam se tornar categorias, porém foi tomado um cuidado para não definir as categorias previamente, influenciando no resultado da análise. A partir da criação dessa planilha foi iniciado um estudo de identificação, análise e categorização dos dados.

Os dados foram organizados em 3 áreas principais, a criatividade, criatividade organizacional e a gestão da informação. Segmentando as categorias em áreas de interesse que foram sendo criadas a partir da leitura dos dados brutos. A partir dos dados 14 artigos foram selecionados de acordo com o universo demonstrado na (TABELA 3) foi iniciado uma leitura dinâmica para identificar no texto as características que poderiam se tornar subcategorias, selecionando nos textos os trechos de evidência.

Iniciando a codificação axial, as categorias que foram relacionadas como eixos, linhas de pensamento utilizadas pelos autores e sua dimensão se tornaram códigos dentro dessa categoria. Como as categorias e seus códigos têm origem nos textos selecionados eles trazem os dados, linhas de pensamento, ideias, discussões

para um mesmo plano e de forma coerente, sendo uma reflexão da realidade, apontadas em elementos e consolidada em diagramas

Com as categorias definidas, foram criadas novas relações com os dados para possibilitar novas análises das relações, divergências e subversões de ideias. Foi também estruturado o referencial teórico contextualizando a pesquisa. Esse referencial teórico é o conjunto de resultados da aplicação das etapas da TFD,

### 3 RESULTADOS TEÓRICOS SOBRE CRIATIVIDADE

Ao selecionar os artigos das bases foi identificado se os mesmos têm sua construção, suas definições e os seus princípios sobre o tema criatividade. A análise dos dados auxiliou na criação de categorias mais abrangentes para explicitar os conceitos envolvidos.

Primeiramente foi decidido iniciar com uma breve contextualização do que é sobre criatividade, em seguida foram descobertos quais as definições da literatura para o tema, então um olhar sobre a criatividade como uma habilidade inerente ao indivíduo, na próxima etapa do estudo buscou-se entender de onde vem a criatividade e o pensamento criativo, para então olhar a criatividade em relação aos seus modelos, abordagens e geração de ideias. Por fim foi realizada uma comparação entre a criatividade (habilidade) e a gestão da informação (características). Seguindo essa contextualização, segue o estudo sobre os temas.

#### 3.1 CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE CRIATIVIDADE

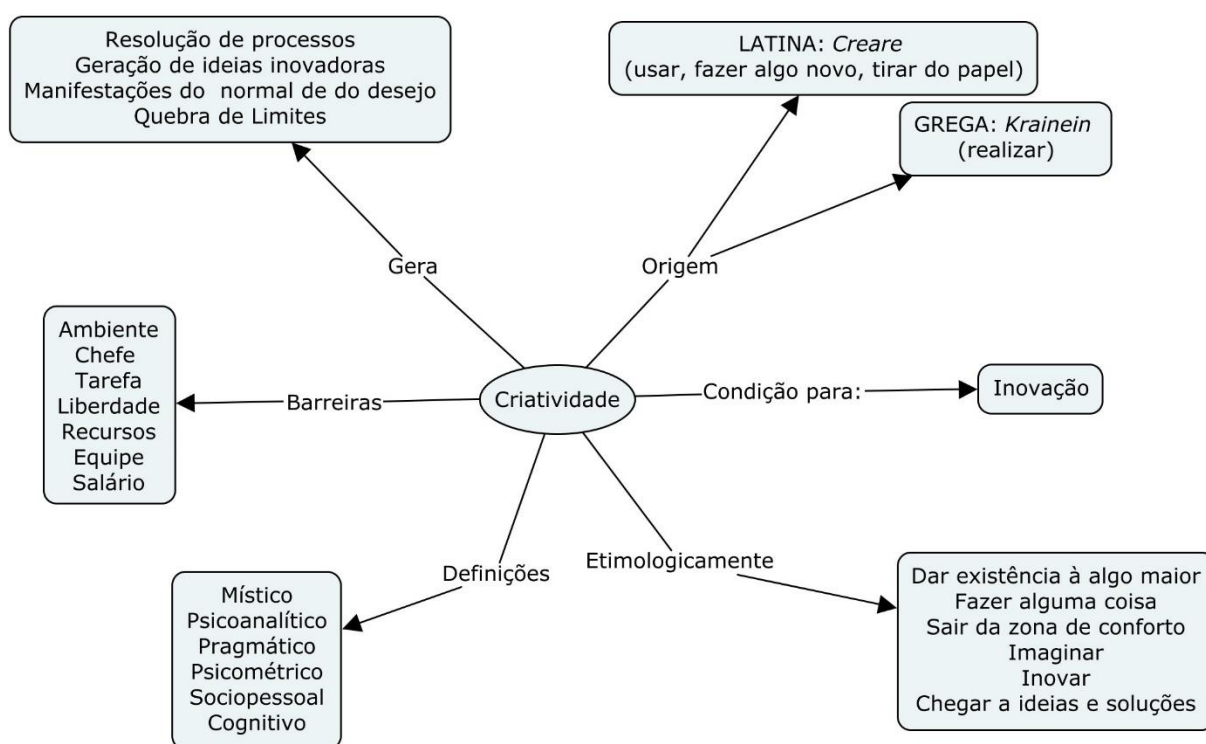
Criatividade é uma palavra que tem origem do latim *creare* (criar, fazer brotar, fazer crescer, tirar do nada). Méndez Sánchez; Ghitis Jaramillo (2015) em seu estudo destaca a criatividade referindo-se como uma articulação de mecanismos e processos inseridos em duas fases, a generativa e a exploratória resultando em representações mentais. As quais são normalmente associadas as áreas de criação, como artistas e músicos.

A criatividade normalmente caracterizou os indivíduos que se destacaram em atividades, se torna cada vez mais complexas, integrando as dimensões do cognitivo, afetiva, motivacionais, personalísticas e contextuais. Bedani (2012) destaca em seu estudo a presença do elemento humano na capacidade de manifestação da criatividade, onde para se estudar criatividade o elemento humano deverá ser o foco da análise. Uma coisa interessante de destacar é a relação da criatividade com o empreendedorismo, Alvarez; Urbano (2012, pg. 154) comenta

que correr riscos e ser criativo, é importante para o surgimento de novas ideias, processos, produtos e serviços e um aumento da atividade empreendedora por parte do indivíduo.

Mas afinal, o que é criatividade? É um conjunto de conceitos? Na FIGURA 1 foi reunido conceitos de autores para demonstrar o contexto da criatividade, qual a abrangência desse termo, conceito, característica.

FIGURA 1 – O QUE É CRIATIVIDADE?



FONTE: Do Autor (2017) a partir de ALMEIDA et al. (2016), BEDANI (2012), GHEZELJEH; EMAMI (2009) e MÉNDEZ SÁNCHEZ; GHITIS JARAMILLO (2015)

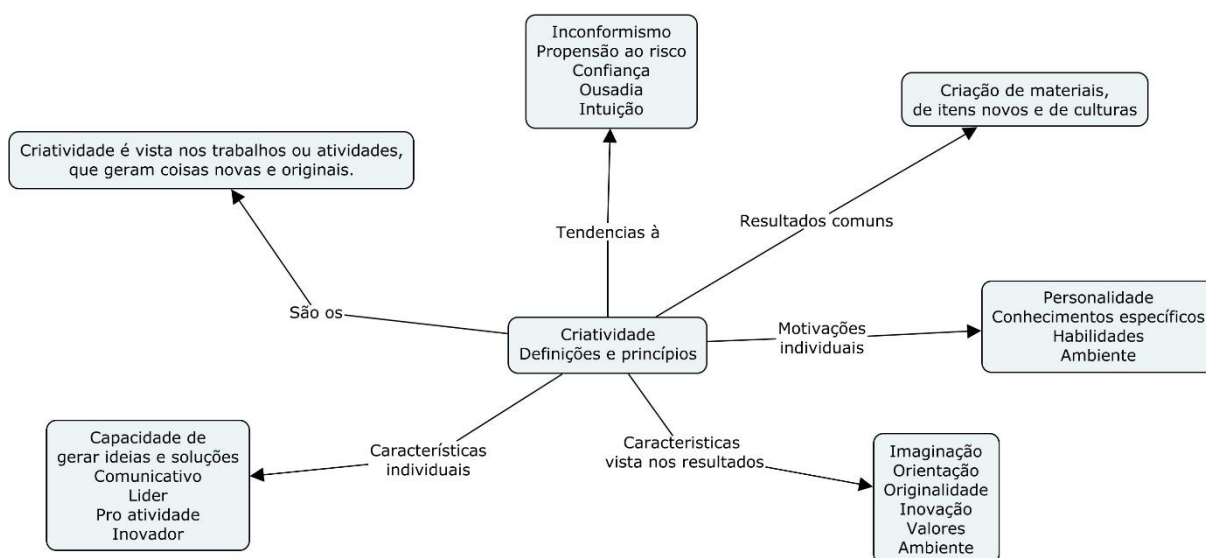
Na FIGURA 1 observa-se que a criatividade se ramifica em atividades, origens e tipo de definições. No entanto para contextualizar sobre o que é criatividade, deve-se tomar cuidado e observar, o ambiente, o contexto, a origem e as motivações para que esse fenômeno ocorra.

Bedani (2012) considera criatividade como um processo originário das características de personalidade, conhecimento, habilidades e motivação. Características influenciadas pelo ambiente a qual o indivíduo está inserido resultando em novas ideias, que são julgadas como úteis, significativas e aplicáveis dentro do contexto onde estão inseridas. Dessa forma existem elementos - pressupostos, valores e crenças - que surgem com a influência da criatividade. Dentre eles Bedani (2012) destaca:

- Processo de socialização, onde o compartilhamento de preceitos e de suas funções auxiliam os indivíduos da organização adotam comportamentos criativos por vezes inovadores.
- Por meio de pressupostos, crenças e valores básicos, adotados por uma organização que determinariam certos comportamentos e atividades. Esses elementos se destacariam dentro das estruturas de uma organização e diretamente na expressão da criatividade no dia a dia.

Na FIGURA 2 percebe-se essas definições e caminhos que a criatividade percorre.

FIGURA 2 – DEFINIÇÕES DE CRIATIVIDADE



FONTE: Do Autor (2017) a partir de ALMEIDA *et al.* (2016), BEDANI (2012), BENEDEK *et al.* (2012), MÉNDEZ SÁNCHEZ; GHITIS JARAMILLO (2015) e YACHINA; FAHRUTDINOVA (2015)

Criatividade é evidenciada por Benedek *et al.* (2012) como substancialmente previsível por meio das habilidades de dissociação e de associação combinadas. Onde as ideias criativas requerem uma fluida geração e combinação de múltiplos elementos fato destacado pelos autores citados.

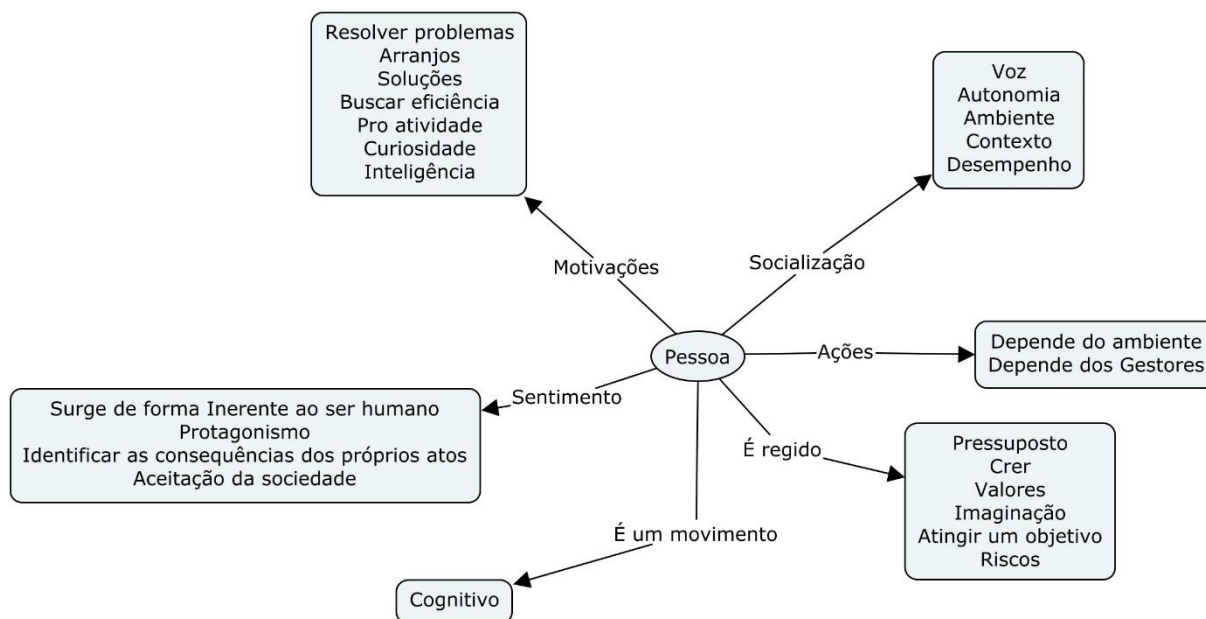
Yachina; Fahrutdinova (2015) descrevem criatividade como o conjunto de habilidades que ajudam a prever as consequências dos seus próprios atos, define que o trabalho criativo é como um chamado, um “voo” ao comum e um caminho para a felicidade.

Em síntese, na FIGURA 2 tem-se que a Criatividade é influenciada pelas motivações individuais e resultados esperados para a resolução de problemas que deve estimular o indivíduo a ousar, inovar e criar.

### 3.3 CRIATIVIDADE INERENTE AO SER HUMANO

O contexto da origem da criatividade é por pressuposto que ela tem origem com o ser humano, se ele é criativo ela vai acontecer, porém são outros fatores que influenciam diretamente no surgimento da criatividade, seja em uma organização, ou em um grupo de pessoas (Benedek *et al.* (2014)). A criatividade complementa o ser humano, assim como o ser humano se comporta no surgimento de um ambiente e contexto para que haja criatividade. A FIGURA 3 expõe bem esses conceitos e princípios que permeiam o ser humano criativo como um todo.

FIGURA 3 – CRIATIVIDADE E SUA RELAÇÃO COM O INDIVÍDUO



FONTE: Do Autor (2017) a partir de ALMEIDA *et al.* (2016), BENEDEK *et al.* (2014), MUZZIO (2017), MYNBAYEVA *et al.* (2016) e RODRIGUES; VELOSO (2013)

O indivíduo criativo quando em um cenário perfeito para a criatividade ele consegue desenvolver uma autonomia muito grande, seja ao criar ou se relacionar com seus pares. Mynbayeva *et al.* (2016) destaca ainda que ao incentivar o indivíduo a trilhar no caminho certo e criar um ambiente propício todos os grupos de indivíduos vão ser influenciados, onde os sentimentos, motivações guiar no sentido de uma presença maior da criatividade.

### 3.4 O PENSAMENTO CRIATIVO

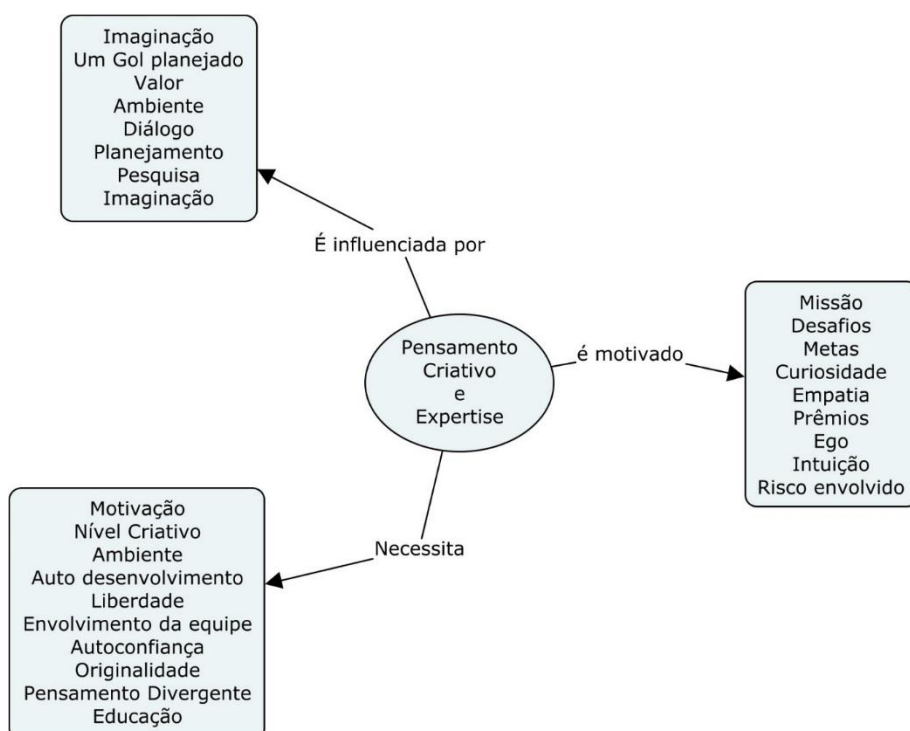
A criatividade é uma habilidade que pode ser desenvolvida e ela usa de inúmeras expertises do indivíduo YACHINA; FAHRUTDINOVA (2015), o que resulta em uma entropia. Entropia que se torna o motivo da busca pela mudança e cria um ambiente propício para a mesma.

“Um pensamento divergente, o qual procura ideias diferentes e busca novos caminhos necessitará posteriormente, de um pensamento convergente. É ele que avalia as ideias obtidas, no sentido de as tornar mais viáveis, práticas ou fáceis de serem divulgadas e adotadas.” Almeida *et al.* (2016).

Assim a criação de algo criativo se torna viável, mas precisa de começo, que é a entropia. As motivações individuais aliadas a um ambiente propício auxiliam no desenvolvimento da criatividade como algo cognitivo. YACHINA; FAHRUTDINOVA (2015)

A criatividade se caracteriza como um agente de mudança, isso é demonstrado nas habilidades que são requisitadas nas ofertas de emprego seja qual for a área profissional: “Iniciativa, espírito de equipe, capacidade de liderança, autonomia, flexibilidade, criatividade e vontade de assumir riscos” ALMEIDA et al. (2016). A criatividade e as habilidades e expertises, se tornam diferenciais no nível de um profissional. MÉNDEZ SÁNCHEZ; GHITIS JARAMILLO (2015), MYNBAYEVA et al. (2016), SILVA et al. (2014) afirmam que para se tornar um profissional melhor é preciso observar os fatores que influenciam diretamente no desenvolvimento de uma expertise de um pensamento criativo, na FIGURA 4 é possível expor as principais características.

FIGURA 4 – O PENSAMENTO CRIATIVO



FONTE: Do Autor (2017) a partir de ALMEIDA *et al.* (2016), ALVAREZ; URBANO (2012), MÉNDEZ SÁNCHEZ; GHITIS JARAMILLO (2015), MYNBAYEVA *et al.* (2016), SILVA *et al.* (2014) e YACHINA; FAHRUTDINOVA (2015)

Méndez Sánchez; Ghitis Jaramillo (2015), afirmam que a criatividade é a combinação de 4 etapas que se denominam processo criativo: O Saber, A Incubação, A Iluminação e a Verificação. Onde o conjunto desses processos trazem resultados, como ideias novas, inovações e modelos.

A criatividade é diretamente influenciada pela expertise e pensamento criativo, onde Silva *et al.* (2014) destaca que um dos pontos mais críticos que são necessários é a educação. Ter conhecimento, traz muitos mais argumentos, ideias e soluções para os problemas, a criatividade se alimenta disso para se tornar mais presente (Yachina; Fahrutdinova (2015)).

### 3.5 GERAÇÃO DE IDEIAS, ABORDAGENS E MODELOS CRIATIVOS

Os processos de geração de uma ideia, uma nova perspectiva, um novo modelo dentro de uma organização passa por um processo individual, influenciado pelo ambiente em que as pessoas envolvidas estão inseridas e como esse ambiente incentiva as pessoas a interagir no ambiente (Muzzio (2017)). Para Méndez Sánchez; Ghitis Jaramillo (2015) a combinação entre as ideias inconscientes e o domínio das quatro fases do processo criativo:

- O Saber: Preparação, tentativas de resolução dos problemas através dos métodos conhecidos;
- A Incubação: A mente consciente está concentrada em outras maneiras e as ideias se combinam com a liberdade de inovações proveitosas;
- A Iluminação: É a manifestação do trabalho inconsciente prévio;
- A Verificação: Onde é verificada e detalhada a manifestação criativa no ambiente;

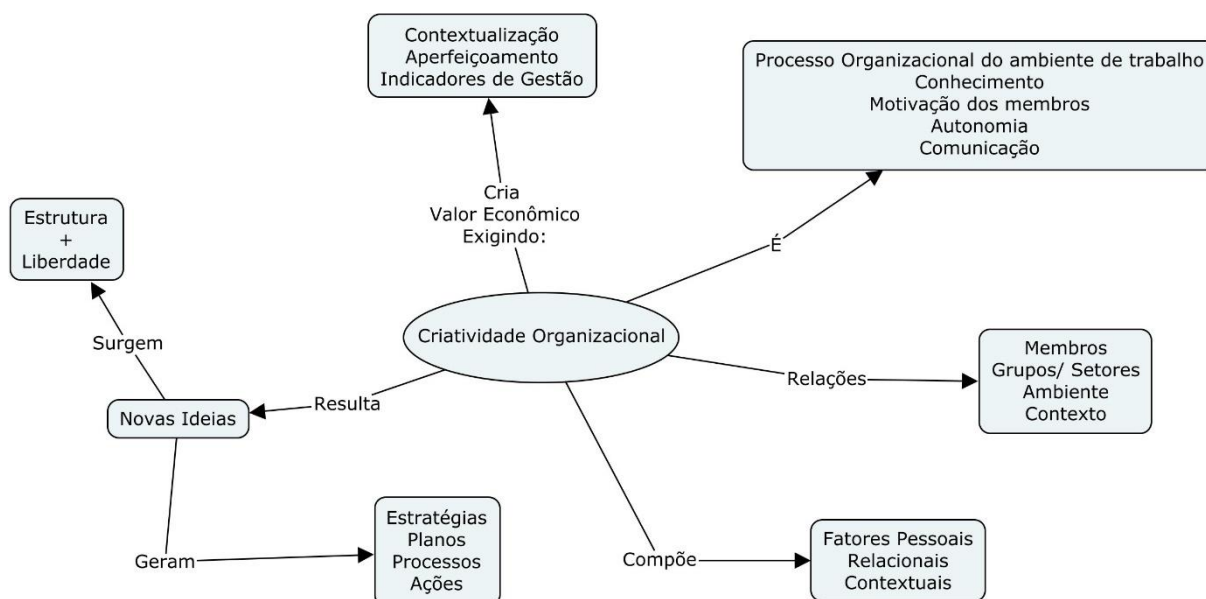
Ainda na construção de seu estudo Sánchez; Ghitis Jaramillo (2015), discorrem que a criatividade é uma capacidade humana tal como a inteligência e é mais privilegiada em certos indivíduos, em geral todos os seres humanos à possuem. O que precisa é um pouco de experiência para potencializa-la.

### 3.6 CRIATIVIDADE ORGANIZACIONAL

A busca por uma vantagem competitiva está diretamente ligada com presença da criatividade no dia a dia de uma organização. Bedani (2012) relata que as culturas organizacionais que apoiam o “fator criatividade” caracterizam-se pelo favorecimento da geração de ideias inovadoras, assim como novas maneiras de resolução de problemas, considerando a manifestação da criatividade como algo normal e desejável. Justamente porque a criatividade ela tem a capacidade de romper os padrões e rotinas existentes. Almeida *et al.* (2016) destaca a flexibilidade de pensamento, imaginação, vontade de assumir riscos, quebra de limites como habilidades que surgem por influência direta da criatividade, ela se torna parte do ambiente, um ambiente criativo, que influencia todas as rotinas dentro de uma organização. A criatividade é tida como uma condição para que exista uma inovação (Muzzio (2017).

Zuanazzi (2007) em seus estudos sobre perfis de profissionais, apresenta as características que auxiliam a identificar um bom profissional, tais como: comunicação, ética, pró-atividade, conhecimento de idiomas, criatividade, concentração, atualização. Características que podem ser desenvolvidas de acordo com o perfil individual do profissional, como é exposto na FIGURA 5.

FIGURA 5 – A CRIATIVIDADE ORGANIZACIONAL



FONTE: Do Autor (2017) a partir de ALMEIDA *et al.* (2016), BENEDEK *et al.* (2014), MUZZIO (2017), RODRIGUES; VELOSO (2013) e YACHINA; FAHRUTDINOVA (2015)

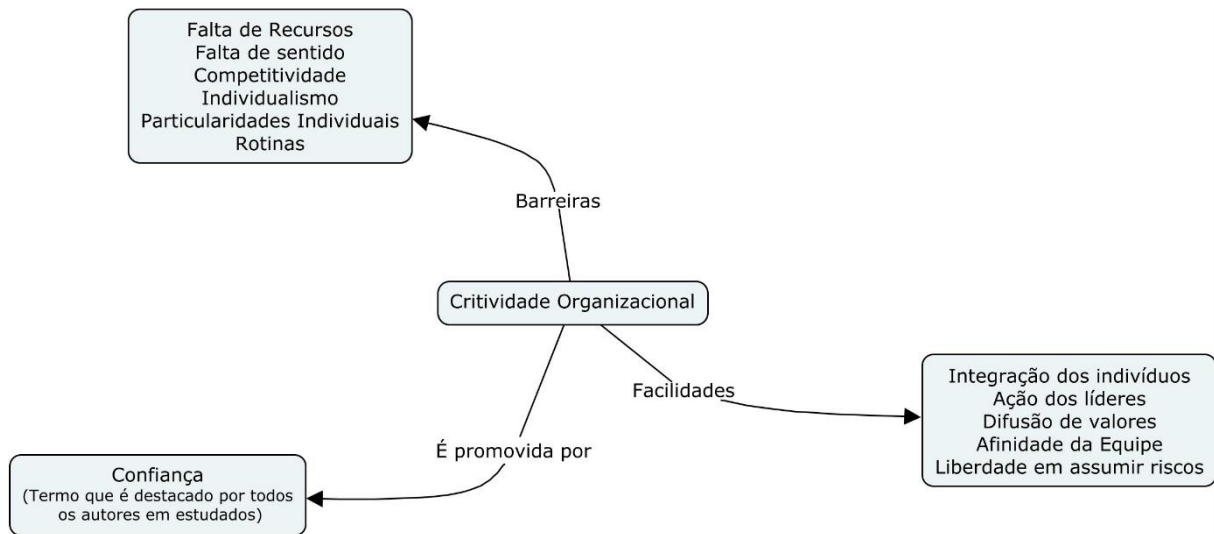
A Criatividade também tem suas facilidades e barreiras, para identificar isso é necessário um olhar para todos os fatores.

### 3.7 FACILIDADES E BARREIRAS DA CRIATIVIDADE NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL

Um ambiente criativo influencia e estimula e estima a criatividade no indivíduo nele inserido. Porém existem fatores que fomentam, ou então, inibem a criatividade. Estes criam uma atmosfera que promove a integração dos indivíduos pela ação de líderes e a difusão de valores culturais e facilitadores da criatividade. Muzzio (2017, pg 109)

Presentes em todos os momentos, as barreiras e as facilidades da criatividade estão diretamente ligadas à inúmeros processos, ambientes, assim como sobre as próprias características dos profissionais dentro das organizações. Um fator que é essencial e que a literatura destaca é uma característica específica tida como essencial: a Confiança na empresa/ líder entre outras listadas na FIGURA 6.

FIGURA 6 – FACILIDADES E BARREIRAS DA CRIATIVIDADE ORGANIZACIONAL



Fonte: Do Autor (2017) a partir de ALMEIDA et al. (2016 e MUZZIO (2017 e RODRIGUES; VELOSO (2013 e SILVA et al. (2014)

É possível identificar os conceitos expostos e destacar que a criatividade organizacional é totalmente ligada com a criatividade.

### 3.8 CRIATIVIDADE E GESTÃO DA INFORMAÇÃO

A sociedade está se moldando ao número crescente de informações que são criadas a todo o momento. Miranda (2004) reconhece a importância que um profissional que saiba lidar com a informação e o conhecimento. A autora ressalta as competências individuais necessárias a esses profissionais em seu ambiente de trabalho, como:

- As inter-relacionais: destaca-se a produtividade entre outras competências;
- Solução de problemas: identificar, formular e executar soluções criativas para os problemas;
- Capacitação: reconhecer a necessidade de mudar e empreender a mudança;
- Comunicação: comunicar-se de forma eficaz e eficiente.

Entre as competências destacadas acima, identifica-se a busca por soluções criativas, ou seja, a criatividade como umas das habilidades que resultam na melhoria de processos, nas organizações. O Projeto Pedagógico do Curso (PPC, 2013) de Gestão da Informação a criatividade é citada como uma das competências necessárias ao Gestor de Informações. O curso fundamenta as disciplinas para fortalecer a criatividade como uma habilidade do aluno segundo o Colegiado do Curso de Gestão da Informação (2013, p. 37).

Razzolini Filho; Nascimento (2011) ao discutirem as competências do gestor da informação e Bedani (2012) ao debater as origens da criatividade, apreciam o mesmo argumento que um dos aspectos chaves desses estudos que se assemelham em um ponto: “o ser humano” como diferenciador, trazendo valor por meio da sua ação. Sendo que as competências individuais trazem bons resultados de maneiras criativas.

Dentro do PCC destaca-se as disciplinas que tem a Criatividade como um dos pressupostos de habilidades a serem incentivadas, seja nas suas respectivas ementas, ou então, na bibliografia: Gestão de Negócios, Produtos e Serviços da Informação, Gestão de Conteúdos II, Aprendizagem Organizacional, Necessidade e Usos de Informação, Empreendedorismo e Criação de Novos Negócios, Gestão do Conhecimento, Informação e Cultura Organizacional, Informação para Captação de Recursos, Tópicos em Informação Tecnológica, Tópicos em Tecnologias Eletrônicas I, Tópicos Especiais em Propriedade Intelectual, Tópicos Especiais em Propriedade Industrial, Estágio Supervisionado I e II, Pesquisa em Informação I e II.

Dentro do Curso existem ao todo 17 disciplinas que relacionam a criatividade em sua composição, uma definição de habilidade e conhecimento que é citado dentro do projeto pedagógico do curso é o espírito criativo e investigativo.

## 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A presente análise se inicia com uma reflexão sobre as relações entre a criatividade e gestão da informação, expondo suas características e conceitos.

### 4.1 DEFINIÇÃO DAS CATEGORIAS

Durante a codificação aberta surgiram variáveis que precisaram de atenção, tais como: ano de aplicação, objetivos das pesquisas, segmento/área de aplicação e dinâmica utilizada na aplicação, partindo dessas variáveis foram identificadas no texto os pontos chaves que expõe para o estudo os conceitos iniciais sobre os dados coletados.

Identificados como ponto chave de cada variável durante a codificação aberta e foram organizados de acordo com as propriedades como são descritos no QUADRO 1.

QUADRO 1 – LISTA DE VARIÁVEIS E PONTOS CHAVE

Variáveis	Pontos chave
Ano de aplicação	2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017
Objetivos	Analisar os níveis de criatividade, Entender a relação entre independência, criatividade e riscos, impacto da criatividade, inibição e criatividade, economia criativa, importância da criatividade na educação, criatividade como processo de aprendizagem, gestão criativa, criatividade na universidade, criatividade dentro da construção do conhecimento, criatividade dentro da organização, importância de pensar fora da caixa, criatividade na enfermagem, características na formação de uma pessoa criativa
Segmento/área	Colaboratividade, Educação, Produtividade, Treinamentos, empreendedorismo, intraempreendedorismo, gestão.
Dinâmica	Teste de avaliação de nível de criatividade, entrevista, questionário, análise quantitativa de dados, observação

FONTE: O Autor (2017)

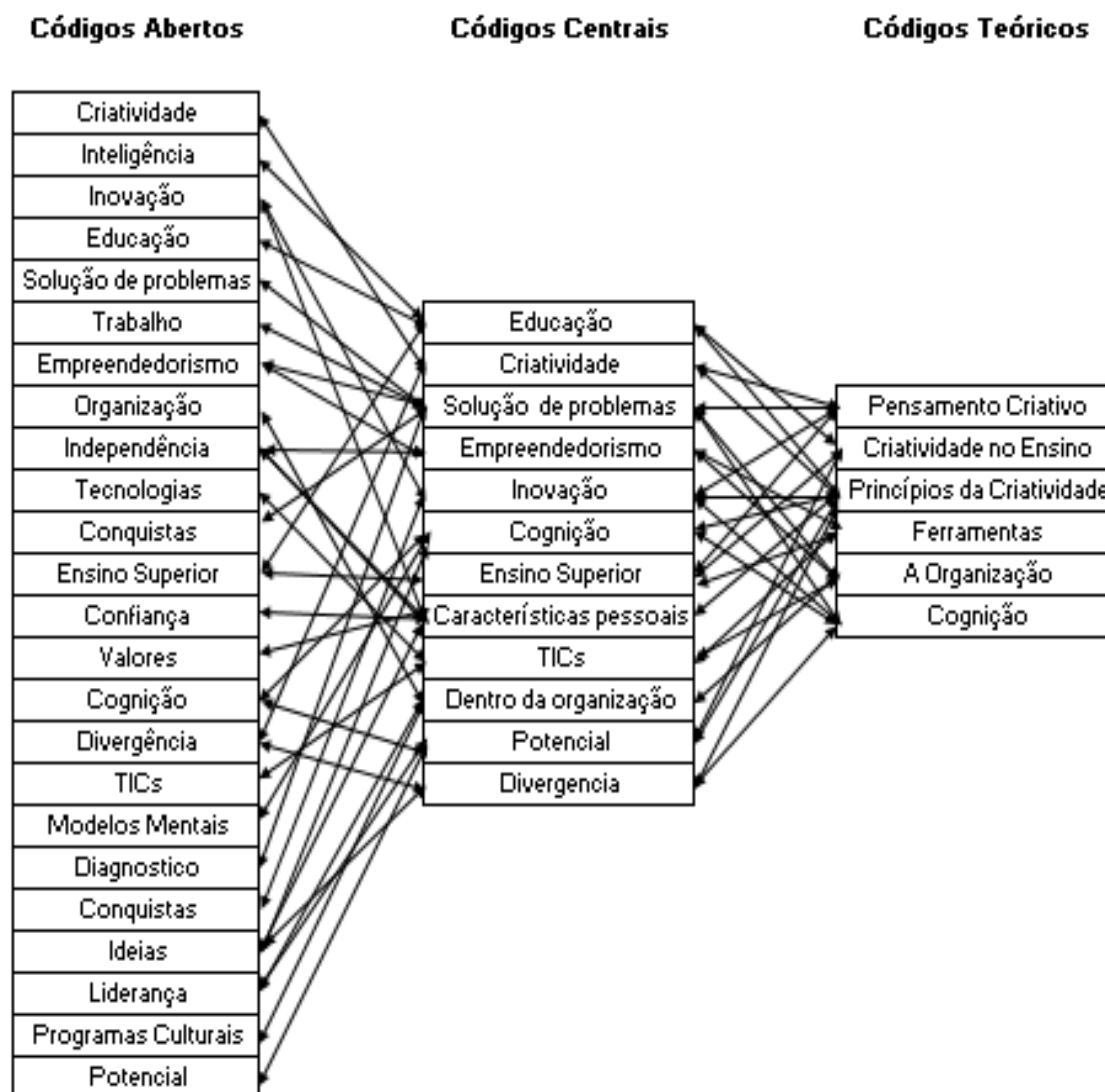


tem a possibilidade de representar um conceito dentro dos dados. A metodologia infere que ao observar que esses dados se destacam de alguma maneira entre os outros, serão eles que vão ser escolhidos para a codificação.

Para melhor representá-los, os mesmos foram agrupados em categorias/grupos que melhor representavam os conceitos que permeavam a Criatividade, demonstrando seus princípios e nessa etapa se transformarem em códigos oriundos dos princípios da Criatividade. Foram utilizados para basear a interpretação dos textos e princípios das áreas abordadas.

Na FIGURA 8 demonstra a evolução de uma análise onde foram identificados os códigos que mais abrangiam o material coletado por meio de seus códigos. Foram divididos em códigos abertos (oriundos da codificação aberta), códigos centrais, um primeiro agrupamento de termos afins e então códigos teóricos, representando os conceitos que são estudados na base de dados.

FIGURA 8 – DEMONSTRATIVO DA EVOLUÇÃO DOS CÓDIGOS



FONTE: O Autor (2017)

Os códigos da primeira seção a esquerda representam palavras que tiveram uma ocorrência maior, assim como inseridas dentro da base. Na seção do meio são os códigos separados por representarem mais de um par da seção anterior e carregarem uma conceituação genérica. Na seção à direita estão os códigos que estão representando os conceitos mais pertinentes das bases de dados selecionada.

Ao realizar a análise de pares e semelhanças foram se destacando os códigos que melhor representavam as temáticas envolvidas. O preenchimento foi realizado por meio de uma análise exploratória dos textos e a partir dos códigos

teóricos resultantes da análise da FIGURA 8, é possível observar que existem segmentos e áreas. A partir da criação de uma categorização considerou-se necessário descrever minimamente os seus segmentos e áreas em relação aos seus objetivos (QUADRO 2).

QUADRO 2 – TABELA DE SEGMENTOS/ÁREAS E SEUS OBJETIVOS

<b>Segmentos/ áreas</b>	<b>Objetivos</b>
Pensamento Criativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geração de ideias novas</li> <li>• Resolução de problemas</li> <li>• Vencer Desafios</li> <li>• Inovação</li> </ul>
Criatividade no Ensino	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melhor preparo para o mercado de trabalho</li> <li>• Novas ideias</li> <li>• Evolução de metodologias</li> <li>• Estimula a aprendizagem</li> <li>• Fixação do conteúdo</li> </ul>
Princípios da Criatividade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Novas maneiras de visualizar o cenário e problemas</li> <li>• Identificação de padrões</li> <li>• Agilidade</li> <li>• Imaginação</li> <li>• Valores</li> <li>• Ambiente</li> <li>• Habilidade</li> </ul>
Ferramentas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivo de time a mudança</li> <li>• Novas propostas e ideias</li> <li>• Mudanças organizacionais</li> <li>• Desafios</li> </ul>
Na Organização	<ul style="list-style-type: none"> <li>• União de time</li> <li>• Liberdade para mudar</li> <li>• Produtividade</li> <li>• Ambiente mais saudável</li> <li>• Criação de novas ideias</li> <li>• Projeção de negócios</li> </ul>
Cognição	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metodologias melhoradas</li> <li>• Novas ideias</li> <li>• Protagonismo</li> <li>• Eficiência</li> <li>• Resultados</li> </ul>

FONTE: O Autor (2017) a partir de ALMEIDA et al. (2016), ALVAREZ; BEDANI (2012), BENEDEK et al. (2012), FAHRUTDINOVA (2015), MÉNDEZ SÁNCHEZ; GHITIS JARAMILLO (2015), MYNBAYEVA et al. (2016), SILVA et al. (2014) e YACHINA; URBANO (2012).

Partindo dos resultados analisados, as comparações foram expostas e as características indicadoras de criatividade em sua definição, conceitos e utilização. Essas características são norteadoras para o entendimento de criatividade e de como funciona o pensamento crítico e expertise na geração das ideias.

Uma vez caracterizada como habilidade norteadora foi feita uma aproximação da pesquisa em relação aos objetivos do trabalho, tendo um olhar para a literatura de Gestão da Informação e observando as semelhanças entre a ocorrência da criatividade dentro das necessidades de mercado e a formação do gestor da informação.

#### 4.2 ELEMENTOS DA CRIATIVIDADE NA GESTÃO DA INFORMAÇÃO

Na literatura sobre Gestão da Informação, Marchiori (2002, p.83-85) relaciona o profissional da informação como habilidades, enfoques e técnicas voltadas para a resolução de problemas de informação de indivíduos e grupos. Ao compartilhar suas habilidades interpessoais com o entendimento de gestão da informação, auxiliando na tomada de decisões, avaliação de sistemas e entendimento de processos. Um profissional multidisciplinar e estratégico – aprende e inova, destaca Bufrem (2004).

Para esse estágio da pesquisa buscou-se a literatura sobre Gestão da Informação, com os seguintes enfoques, o perfil profissional, as competências, a formação do profissional de informação e mercado de trabalho. Como a literatura em relação a Gestão da Informação e fez-se um recorte nas bases de dissertações do curso e publicações da área que se encontravam de acordo com os enfoques citados. Foram em um total de 15 artigos e dissertações coletadas.

Outra abordagem de gestão da informação foi a área de competências, onde incluindo os trabalhos sobre gestão e que abordavam o tema sobre competência foram selecionados um conjunto de 10 artigos sobre competência com gestão da informação. Visto que a competência do profissional é o que vai diferenciar ele no futuro de outros profissionais.

Visto uma semelhança na caracterização de gestão da informação com Criatividade foi necessário criar um quadro comparativo das áreas e definições entre criatividade e gestão da informação (QUADRO 3).

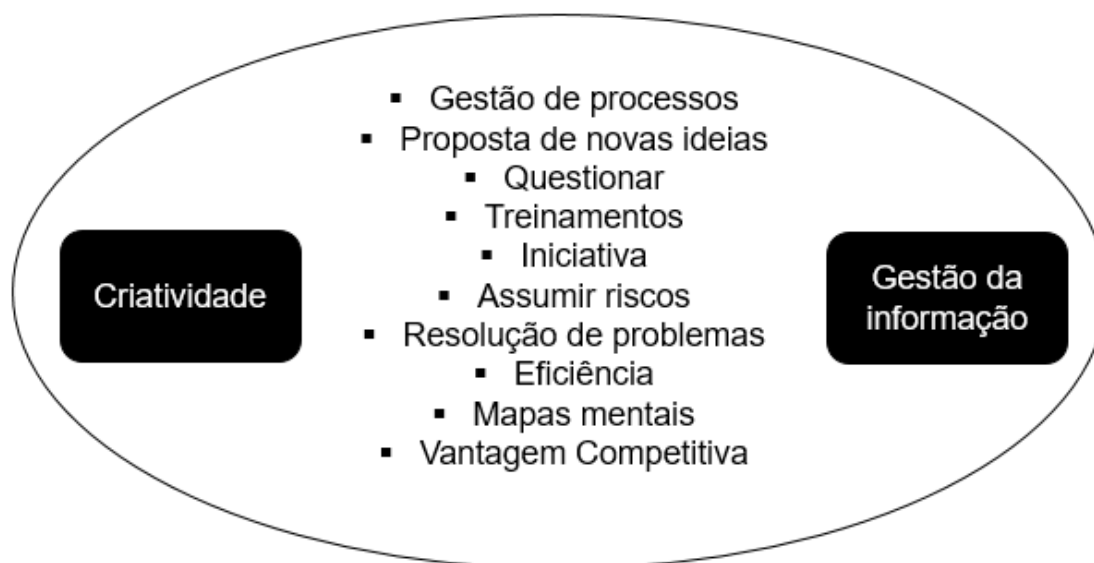
QUADRO 3 – COMPARAÇÃO ENTRE CRIATIVIDADE E GESTÃO DA INFORMAÇÃO

	<b>Criatividade</b>	<b>Gestão da Informação</b>
Estratégia	Rupturas conceituais, rupturas práticas, processos, conceitos, serviços, produtos, eficiência	Gestão de Processos, implementação de sistemas, visão sistêmica, gestão do conhecimento, eficiência
Ferramentas	Treinamentos de inteligência, jogos, criar o processo (livre), prêmio de protagonismo. Liberdade de mudança, Brainstorming, Mapa- mental, Análise morfológica	Consultorias, treinamentos, modelagem de sistemas, condensação da informação, brainstorming, análise, mediação
Contribuições	Flexibilidade de pensamento, inovação, liderança, união de time, flexibilidade, resolução de problemas	Informações relevantes para decisão, articulação entre sistemas, resolução de problemas, inovação, flexibilidade, liderança
Habilidades	Assumir riscos, Persuasão, Motivação, Iniciativa, flexibilidade, liderança, buscar novas soluções, questionar	Relações interpessoais, flexibilidade, buscar novas soluções, questionar, análise, assumir riscos
Indicadores	Propostas (ideias), Novos Processos de trabalho, Humor/ relacionamentos, Tipos de atividades, Vantagem Competitiva.	Avaliação de indicadores, agilidade, solução de problemas, propostas (ideias), visão sistêmica, melhorias de processo

FONTE: O Autor (2017) a partir de ALMEIDA et al. (2016), BENEDEK et al. (2012), RAZZOLINI FILHO; NASCIMENTO (2011), SILVA et al. (2014) e YACHINA; FAHRUTDINOVA (2015).

Ao observar o quadro comparativo destacam-se as características semelhantes entre as duas áreas estudadas. Muitas delas estão diretamente ligadas ao modo como o Gestor trabalha em relação ao modo como a pessoa criativa trabalha, os resultados em comum desses trabalhos são: gestão de processos, proposta de novas ideias, questionar, treinamentos, iniciativa, assumir riscos, resolução de problemas, eficiência, mapas mentais (FIGURA 9).

FIGURA 9 – O COMUM ENTRE CRIATIVIDADE E GESTÃO DA INFORMAÇÃO



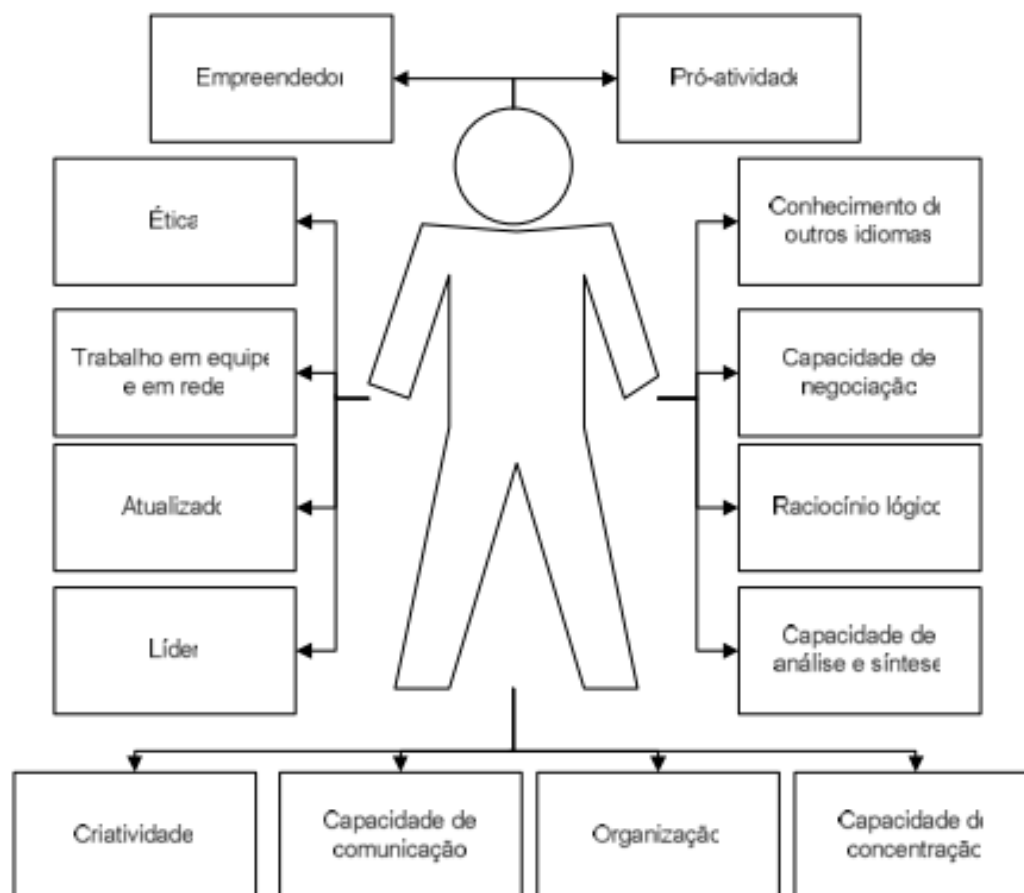
FONTE: O Autor (2017)

Para complementar o estudo Zuanazzi (2007) traz em seu estudo sobre as competências do Gestor da Informação, características como a criatividade que está inserida dentro da profissão Gestão da Informação. O Ministério do trabalho na Classificação Brasileira de Ocupações<sup>4</sup> (CBO) destaca a presença da criatividade na profissão da Informação (FIGURA 10).

---

<sup>4</sup> A Classificação Brasileira de Ocupações ou CBO tem por finalidade a identificação das ocupações no mercado de trabalho, para fins classificatórios junto aos registros administrativos e domiciliares.

FIGURA 10– COMPETÊNCIAS DOS PROFISSIONAIS DA INFORMAÇÃO



FONTE: Do Autor (2017) adaptado por ZUANAZZI (2007) do CBO (2002)

Assim conclui-se que a presença da Criatividade na formação do Gestor da Informação é essencial e se comprova presente no curso pelo PPC, porque elas estão conectadas nas suas características que são relacionadas com as competências do profissional da informação.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Gestão da Informação tem seu papel dentro das organizações, trazendo um perfil crítico e habilidades que fazem dele um diferencial, um ativo, dentro de uma organização. Por outro lado, tem-se a criatividade, como uma habilidade que é única em cada indivíduo e pode ser estimulada e desenvolvida. Suas características quando aliadas a habilidades específicas trazem um valor estratégico e diferenciado a pessoa que é criativa.

Ao resgatar as questões de pesquisa deste trabalho de final de curso, foi possível identificar que a criatividade é uma habilidade desejada pelos indivíduos para o torne desejado pelas organizações. Concluiu-se pelas leituras que a educação potencializa o pensamento criativo e as organizações buscam profissionais inteligentes capazes de enfrentar riscos e desafios na resolução de problemas inovadores.

Os capítulos de resultados teóricos buscaram explicar a criatividade como uma habilidade que desencadeia e incentiva o crescimento no ambiente organizacional. Os estudos apresentaram desde medições do nível de criatividade (ALMEIDA et al. (2016)), a importância da criatividade na formação de alunos na Universidade (Méndez Sánchez; Ghitis Jaramillo (2015), Mynbayeva et al. (2016) e Salakhatdinova; Palei (2015)) destacando que o aluno que é incentivado dentro do ensino superior traz resultados diferenciados em sua formação e na entrada do mercado de trabalho.

Buscou-se uma aproximação do estudo de criatividade com o curso de Gestão da Informação e seu Projeto Pedagógico do Curso. Constatou-se que a criatividade está presente na ementa de 17 disciplinas do curso de Gestão da Informação. Demonstrou-se o papel da criatividade na formação do gestor da

O Gestor da Informação, é um profissional que tem um potencial criativo e estratégico, devido as características de sua formação e do crescimento do mercado de trabalho para profissionais da informação. Esse trabalho resgata a investigação de Zuanazzi (2007) e as definições de Marchiori (2002) que confirmam a

criatividade como um papel importante para o Gestor da Informação e o seu futuro como profissional.

Esse estudo agrega, um entendimento da malha de potenciais a serem desenvolvidos pela profissão. Percebe-se que a Gestão da informação pode contribuir para os ambientes organizacionais. Nesse estudo teve o objetivo de apresentar o curso de Gestão da Informação e seu enfoque criativo, demonstrando como essa habilidade é importante no dia a dia de uma organização.

Finalmente, segue meu testemunho pessoal, que por estar vivenciado a formação do Gestor da Informação, sinto que devo retomar o objetivo principal do estudo: foi possível perceber que a partir dos resultados e da metodologia utilizada que a criatividade é uma habilidade presente no currículo e desenvolvida pelo profissional de Gestão da Informação. A criatividade é um fator importante como competência profissional para argumentar a favor do perfil do gestor da informação. Por isso, a fundamentação dos dados destaca a presença da criatividade como parte da formação de um Gestor da Informação. Almeida et al. (2016) destaca bem pontos que permeiam o como a criatividade se relaciona com a profissão.

Futuros trabalhos e estudos na área podem desenvolver ainda mais a presença da criatividade na formação do Gestor da Informação. Essa pesquisa visou demonstrar que a criatividade está presente em praticamente todas as áreas de atuação do profissional. Existem muitos fatores a serem conhecidos e/ou aprofundados sobre esse tema, dentre eles:

- Como tornar o ambiente de sala de aula mais criativo.
- Fazer um estudo, com o PPC verificando se as matérias que tem criatividade em suas ementas e bibliografias estão realmente incentivando o aluno a ser mais criativo
- Como o Gestor da Informação pode se tornar mais criativo.
- Traçar um perfil atualizado do profissional da informação.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, L.; IBÉRICO NOGUEIRA, S.; ALMEIDA, L.; IBÉRICO NOGUEIRA, S. Criatividade e estilos de pensar e criar em futuros gestores músicos e arquitetos. **Estudos de Psicologia (Campinas)**, v. 33, n. 3, p. 477–488, 2016. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-166X2016000300477&lng=pt&nrm=iso&tlng=en](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-166X2016000300477&lng=pt&nrm=iso&tlng=en)>. Acesso em: 24/4/2017.

ALVAREZ, C.; URBANO, D. **Cultural - cognitive Dimension and Entrepreneurial Activity: A Cross-country Study**. Bogotá: Facultad de Ciencias Sociales, Uniandes, 2012.

ARAÚJO, M. M. DE. Probabilidade do acesso dos alunos da Modalidade Ensino de Jovens e Adultos até o Ensino Superior. , 2013. Disponível em: <[http://www.uab.ufmt.br/uploads/pcientifica/prodcien\\_artigoensino\\_superior\\_no\\_brasil\\_fateffir.pdf](http://www.uab.ufmt.br/uploads/pcientifica/prodcien_artigoensino_superior_no_brasil_fateffir.pdf)>. Acesso em: 24/11/2017.

BEDANI, M. O impacto dos valores organizacionais na percepção de estímulos e barreiras à criatividade no ambiente de trabalho. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 13, n. 3, p. 150–176, 2012. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1678-69712012000300008&lng=pt&nrm=iso&tlng=en](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712012000300008&lng=pt&nrm=iso&tlng=en)>. Acesso em: 24/4/2017.

BENEDEK, M.; FRANZ, F.; HEENE, M.; NEUBAUER, A. C. Differential effects of cognitive inhibition and intelligence on creativity. **Personality and Individual Differences**, v. 53, p. 480–485, 2012. Disponível em: <[http://ac.els-cdn.com/S0191886912001791/1-s2.0-S0191886912001791-main.pdf?\\_tid=9133fefa-2b0a-11e7-ad2c-00000aacb361&acdnat=1493271184\\_1d3acff1575fc91999b8238d8c5f1a3a](http://ac.els-cdn.com/S0191886912001791/1-s2.0-S0191886912001791-main.pdf?_tid=9133fefa-2b0a-11e7-ad2c-00000aacb361&acdnat=1493271184_1d3acff1575fc91999b8238d8c5f1a3a)>. Acesso em: 27/4/2017.

BENEDEK, M.; JAUKE, E.; SOMMER, M.; et al. Intelligence, creativity, and cognitive control: The common and differential involvement of executive functions in intelligence and creativity. **Intelligence**, v. 46, n. 1, p. 73–83, 2014. Elsevier. Disponível em: <[http://ac.els-cdn.com/S1877042813052919/1-s2.0-S1877042813052919-main.pdf?\\_tid=6123a468-2b0a-11e7-96f7-00000aab0f6b&acdnat=1493271103\\_c62e2e6c7082b6385918fd5080bb3883](http://ac.els-cdn.com/S1877042813052919/1-s2.0-S1877042813052919-main.pdf?_tid=6123a468-2b0a-11e7-96f7-00000aab0f6b&acdnat=1493271103_c62e2e6c7082b6385918fd5080bb3883)>. Acesso em: 27/4/2017.

BUFREM, L. S. Os profissionais da informação e a gestão de competências. **Perspect.ciênc.Inf.**, v. 9, n. 2, p. 170–181, 2004.

COLEGIADO DO CURSO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO. **Projeto Pedagógico do Curso de Gestão da Informação da UFPR - Versão 2013**. 2013.

DANTAS, C. D. C.; LEITE, J. L.; LIMA, S. B. S. DE; STIPP, M. A. C. Teoria fundamentada nos dados - aspectos conceituais e operacionais: metodologia possível de ser aplicada na pesquisa em enfermagem. **Rev Latino-am Enfermagem**, v. 17, n. 4, p. [S.I], 2009. Disponível em: <[www.eerp.usp.br/rlae%5CnArtigo](http://www.eerp.usp.br/rlae%5CnArtigo)>. .

FERREIRA, R. M. C.; FELIZOLA, M. P. M. “Teoria Fundamentada em Dados” uma experiência metodológica. **Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social**, v. 3, p. 7–19, 2012.

GHEZELJEH, T. N.; EMAMI, A. **Grounded theory: methodology and philosophical perspective**. Second Ed ed. Elsevier, 2009.

MARCHIORI, P. Z. A ciência e a gestão da informação: compatibilidades no espaço profissional. **Ciência da Informação**, v. 31, n. 2, p. 72–79, 2002. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/962>>. Acesso em: 17/6/2017.

MÉNDEZ SÁNCHEZ, M. A.; GHITIS JARAMILLO, T. La creatividad: Un proceso cognitivo, pilar de la educación. **Estudios pedagógicos (Valdivia)**, v. 41, n. 2, p. 143–155, 2015. Universidad Austral de Chile <br>Facultad de Filosofía y Humanidades. Disponível em: <[http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-07052015000200009&lng=en&nrm=iso&tlng=en](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07052015000200009&lng=en&nrm=iso&tlng=en)>. Acesso em: 27/4/2017.

MIRANDA, S. V. Identificando competências informacionais. **Ciência da Informação**, v. 33, n. 2, p. 112–122, 2004. IBICT. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0100-19652004000200012&lng=pt&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652004000200012&lng=pt&tlng=pt)>. Acesso em: 16/6/2017.

MUZZIO, H. Indivíduo, Liderança e Cultura: Evidências de uma Gestão da Criatividade. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 21, n. 1, p. 107–124, 2017. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/rac>>. Acesso em: 27/4/2017.

MYNBAYEVA, A.; VISHNEVSKAYA, A.; SADVAKASSOVA, Z.; VISHNEVSKAY, A.; SADVAKASSOVA, Z. Experimental Study of Developing Creativity of University Students. **Procedia -Social and Behavioral Sciences**, v. 217, n. 217, p. 407–413, 2016. Disponível em: <<http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1877042816001385>>. Acesso em: 27/4/2017.

RAZZOLINI FILHO, E.; ; NASCIMENTO, A. DO. Gestão da informação e competências necessárias ao gestor. **Revista Iberoamericana de Ciencias Empresariales y Economía**, v. 2, p. 29–42, 2011. Disponível em: <<http://200.58.147.94/revistas/ricee/index.php/ricee/article/view/22>>. .

RODRIGUES, A. F. C.; VELOSO, A. L. DE O. M. Organizational Trust, Risk and Creativity. **Review of Business Management**, v. 15, n. 49, p. 545–561, 2013. Disponível em: <<http://rbgn.fecap.br/RBGN/article/view/1334>>. Acesso em: 24/4/2017.

SALAKHATDINOVA, L.; PALEI, T. Training Programs on Creativity and Creative Program Solving at Russian Universities. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, v. 191, p. 2710–2715, 2015. Disponível em: <<http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1877042815026488>>. Acesso em: 27/4/2017.

SILVA, O.; ALVES, E. D.; RODRIGUES, M. C. S.; CRISTINA, M.; RODRIGUES, S. Creativity in higher education of nursing – from the theoretical concepts to the pedagogical effects. **Cultura de los Cuidados Revista de Enfermería y Humanidades**, v. 18, n. 40, p. 27–35, 2014. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10045/43892>>. Acesso em: 24/4/2017.

STRAUSS, A.; CORBIN, J. Grounded theory methodology. **Handbook of qualitative research**, 1994. Disponível em: <[http://cms.educ.ttu.edu/uploadedFiles/personnel-folder/lee-duemer/epcy-5382/documents/Grounded\\_theory\\_methodology.pdf%22onmousedown=%22return scife\\_clk\(this.href,'gga','gga','2'\)](http://cms.educ.ttu.edu/uploadedFiles/personnel-folder/lee-duemer/epcy-5382/documents/Grounded_theory_methodology.pdf%22onmousedown=%22return%20scife_clk(this.href,'gga','gga','2')>)>. .

YACHINA, N.; FAHRUTDINOVA, G. Formation of the Creative Person. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, v. 177, p. 213–216, 2015. Disponível em: <[http://ac.els-cdn.com/S1877042815017449/1-s2.0-S1877042815017449-main.pdf?\\_tid=a0c4962c-2b0a-11e7-99d9-00000aacb35e&acdnat=1493271210\\_9f60acbcdfba7861b055bdd454fc2f2d](http://ac.els-cdn.com/S1877042815017449/1-s2.0-S1877042815017449-main.pdf?_tid=a0c4962c-2b0a-11e7-99d9-00000aacb35e&acdnat=1493271210_9f60acbcdfba7861b055bdd454fc2f2d)>. Acesso em: 27/4/2017.

ZUANAZZI, V. A. D. **INVESTIGAÇÃO A CERCA DO PERFIL PROFISSIONAL DO GESTOR DA INFORMAÇÃO**, 2007. Universidade Federal do Paraná.