

**VISUALIZAÇÃO E CRIATIVIDADE NA FORMAÇÃO PROFISSIONAL DE
ESPECIALISTAS ORIENTADOS PARA A COMUNICAÇÃO**

***VISUALIZACIÓN Y CREATIVIDAD EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL DE
EXPERTOS ORIENTADOS A LA COMUNICACIÓN***

***VISUALIZATION AND CREATIVITY IN THE PROFESSIONAL TRAINING OF
COMMUNICATION-ORIENTED EXPERTS***



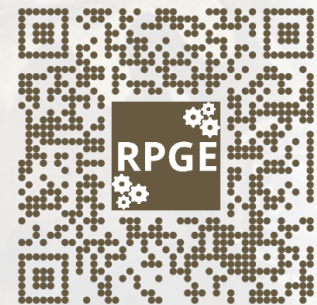
Tatyana SIDELNIKOVA ¹
e-mail: tsid.kfu@inbox.ru



Irina PORFIREVA ²
e-mail: iporf.kfu@inbox.ru

Como referenciar este artigo:

SIDELNIKOVA, T.; PORFIREVA, I. Visualização e criatividade na formação profissional de especialistas orientados para a comunicação. **Revista on line de Política e Gestão Educacional**, Araraquara, v. 27, n. 00, e023002, 2023. e-ISSN: 1519-9029. DOI: <https://doi.org/10.22633/rpge.v27i00.17586>



| **Submetido em:** 12/10/2022
| **Revisões requeridas em:** 15/11/2022
| **Aprovado em:** 10/12/2022
| **Publicado em:** 01/01/2023

Editor: Prof. Dr. Sebastião de Souza Lemes

Editor Adjunto Executivo: Prof. Dr. José Anderson Santos Cruz

¹ Universidade Federal de Kazan (KPFU), Kazan – Rússia. Professor do Departamento de Relações Públicas e Ciência Política Aplicada. Doutor em Ciências Pedagógicas.

² Universidade Federal de Kazan (KPFU), Kazan – Rússia. Professor Sênior no Departamento de Relações Públicas e Ciência Política Aplicada. Doutor em Ciências Políticas.

RESUMO: O artigo é dedicado ao estudo da aplicação da visualização no ensino aos estudantes das disciplinas "Psicologia da Comunicação de Massa", "Design Criativo em Publicidade e Relações Públicas" e treinamento "Métodos para Ativação de Habilidades Criativas" na preparação de especialistas em relações públicas, publicidade e comunicação de mídia na Universidade Federal de Kazan (Região do Volga). O objetivo principal deste estudo é introduzir a visualização como uma ferramenta de apoio metodológico no processo educacional para a formação de um ambiente criativo entre os estudantes. O método de observação incluído no processo educacional foi utilizado na pesquisa, e exemplos de tarefas para trabalhos em grupo e em sala de aula criativa foram desenvolvidos. Os resultados mostraram que a maioria dos estudantes usa esquemas familiares, estruturais e lógicos ao visualizar a resposta e raramente aplica formas não padronizadas de reflexão de informação. Isto serviu como um gatilho para desenvolvermos tarefas e técnicas estimulando o pensamento figurativo nos alunos. Os dados obtidos podem ajudar no estudo posterior da introdução da visualização no processo educacional e levar à revisão ou reformatação dos currículos e a um aumento das tarefas criativas.

PALAVRAS-CHAVE: Criatividade. Visualização. Atividades criativas. Ensino superior.

RESUMEN: El artículo está dedicado a estudiar la aplicación de la visualización en la enseñanza a los estudiantes de las disciplinas "Psicología de la Comunicación de Masas", "Diseño Creativo en Publicidad y Relaciones Públicas" y la formación "Métodos para Activar las Capacidades Creativas" en la preparación de especialistas en relaciones públicas, publicidad y medios de comunicación en la Universidad Federal de Kazán (Región del Volga). El objetivo principal de este estudio es introducir la visualización como herramienta de apoyo metodológico en el proceso educativo para formar un entorno creativo entre los estudiantes. En la investigación se utilizó el método de observación incluida en el proceso educativo y se elaboraron ejemplos de tareas para el trabajo en grupo y creativo en el aula. Los resultados mostraron que la mayoría de los alumnos utilizan esquemas estructurales-lógicos conocidos al visualizar la respuesta y rara vez aplican formas no estándar de reflexión de la información. Esto nos sirvió de detonante para desarrollar tareas y técnicas que estimularan el pensamiento figurativo en los alumnos. Los datos obtenidos pueden ayudar a profundizar en el estudio de la introducción de la visualización en el proceso educativo y conducir a la revisión o reformulación de los planes de estudio y al aumento de las tareas creativas.

PALABRAS CLAVE: Creatividad. Visualización. Actividades creativas. Educación más alta.

ABSTRACT: The article is devoted to studying the application of visualization in teaching students the disciplines "Mass Communication Psychology", "Creative Design in Advertising and Public Relations" and training "Methods for Activating Creative Abilities" in preparing specialists in public relations, advertising, and media communications at Kazan (Volga Region) Federal University. The main purpose of this study is to introduce visualization as a methodological support tool in the educational process for forming a creative environment among students. The method of included observation in the educational process was used in the research, and examples of tasks for group and creative classroom work were developed. The results showed that most students use familiar, structural-logical schemes when visualizing the answer and rarely apply non-standard forms of information reflection. This served as a trigger for us to develop tasks and techniques stimulating figurative thinking in students. The data obtained can help in further study of the introduction of visualization in the educational process and lead to the revision or reformatting of curricula and an increase in creative assignments.

KEYWORDS: Creativity. Visualization. Creative activities. Higher education.

Introdução

As atividades criativas são centrais para o bem-estar pessoal e na inovação social e econômica global e devem se manifestar principalmente como mudanças diretamente no ensino superior (DONSKIKH, 2020). Atualmente, propor novas ideias e colocá-las em prática é importante porque o ambiente social, econômico e tecnológico incentiva a "inovação", o "empreendedorismo", a "diferenciação", a "individualização", etc. Esses conceitos se concentram principalmente na criatividade e no pensamento criativo, possuem muitos aspectos pessoais, cognitivos, comportamentais e culturais, pois eles próprios atuam como um fenômeno multidimensional (KIM, 2022; MCLEAN *et al.*, 2021; SAID-METWALY; VAN DEN NOORTGATE; KYNDT, 2017).

Como a educação universitária para a maioria dos estudantes é a etapa final do processo educacional, ela é crucial para o desenvolvimento da carreira (MOSKOVKIN, 2020). A capacidade de pensar criativamente é assumida como uma habilidade necessária para um futuro especialista, de modo que este estudo tem como objetivo estudar o desenvolvimento de habilidades criativas, pois tais habilidades permitem a resolução de tarefas profissionais não padronizadas (STOPPEL; CZARNOCHA, 2017). A pesquisa baseia-se na abordagem culturoológica da cultura profissional, que inclui a capacidade de compreender e criar de acordo com requisitos artísticos e imaginativos objetivos. Somente métodos ativos de ensino que funcionem como meio de reflexão podem formar um especialista, preparando-o para resolver um problema complexo e buscar um novo (VINCENT-LANCRIN, 2017; PATSTON *et al.*, 2021).

Os principais objetivos deste estudo são: 1) estudar os princípios de formação de um ambiente criativo entre estudantes que estudam publicidade e comunicação de mídia; 2) encontrar formas de implementar esses princípios. A visualização permite alcançar uma compreensão integral dos processos em estudo e destacar os principais componentes do processo de aprendizagem, cadeias lógicas de sua organização para obter os seguintes resultados:

- Melhorar o processo de aprendizagem;
- Gerir as atividades criativas e os resultados dos alunos;
- Avaliar, prever e melhorar a qualidade da educação.

O modelo resultante foi testado e validado durante a encenação e conformação do experimento pedagógico.

Revisão de Literatura

Visualizar a tarefa dada pelo professor de disciplinas de ciências sociais é um estudo mais compreensível e simples, especialmente na presença de uma grande quantidade de informações contraditórias. O conteúdo das aulas tradicionalmente concebidas geralmente contém códigos verbais ou simbólicos, de modo que as informações recebidas dessa forma sempre pioram o trabalho dos processos cognitivos: a atenção não é focada, a percepção é menos precisa e a informação lida ou ouvida é pior lembrada (ACAR; BURNETT; CABRA, 2017). Estudos confirmam que os fluxos de informação recebidos pelos alunos crescem e se transformam rapidamente, de modo que se torna cada vez mais difícil para os alunos filtrar o material necessário e vinculá-lo ao objeto de estudo, bem como aplicar o conhecimento obtido na prática (VINCENT-LANCRIN *et al.*, 2019). Considerando que a representação visual do objeto de aprendizagem é mais fácil de perceber, lembrar e reter (GILSON; LITCHFIELD, 2017). Posto isso, numerosos cientistas afirmaram que a visualização e a criatividade têm um efeito positivo na percepção humana (PATSTON *et al.*, 2021).

A visualização, juntamente com o processo criativo durante a aprendizagem, estimula adicionalmente os processos responsáveis pela percepção da informação. Quando elementos de códigos verbais dominam a realidade educacional, a gestão dos conceitos depende não apenas da capacidade de memorizá-los com precisão, mas também da profundidade de sua assimilação, que é avaliada após a conclusão bem-sucedida das tarefas práticas (TELFER; OLIVER, 2018). A materialização visual do conteúdo da aula potencializa a capacidade de reter a imagem na memória por muito tempo e, portanto, apresentá-la de outra forma em qualquer contexto ou situação, por exemplo, ao resolver problemas ou aprender um novo tópico (SCHEJBAL, 2019; RICHARDSON; MISHRA, 2018; ZHOU; TIAN, 2019). A atualização da imaginação está relacionada aos processos de pensamento visual, que também são ativados porque a percepção visual e a imaginação são suas partes integrantes (CHAN *et al.*, 2019). Além disso, a visualização multidimensional aumenta as possibilidades de ativação da atenção, à medida que mais estímulos sensoriais são incluídos, que afetam os centros de concentração (WALES, 2017; UCUS, 2017; LUBART, 2018). Os processos psicológicos acima podem ser identificados como processos cognitivos, cuja aplicação afeta a construção de modelos mentais mais universais na memória combinando conjuntos esquemáticos verbais e visuais de códigos, afetando a

assimilação mais efetiva de informações de propósito educacional, bem como a formação dos modelos corretos no campo da educação científica (JAHNKE; HAERTEL; WILDT, 2017).

Embora haja uma quantidade significativa de pesquisas sobre criatividade na educação, a maioria das iniciativas sobre seu desenvolvimento e avaliação referem-se ao contexto escolar e muito menos atenção é dada à criatividade no ensino superior, onde muitas vezes faltam tarefas criativas em programas individuais. Os fatores teóricos são bem conhecidos, mas, ainda assim, no âmbito da mudança de paradigma educacional, as atitudes dos alunos em relação à visualização e seus efeitos não são claras, pois a introdução gradual da tecnologia no processo educacional altera a compreensão do conceito (BEGHETTO, 2020; GROMAN, 2022). A transformação da cultura traz novas experiências; há uma transição gradual para os espaços visuais e, portanto, a avaliação do possível efeito do objeto visual do ponto de vista dos sujeitos não é analisada, mas é relevante (KATZ-BUONINCONTRO; PERIGNAT; HASS, 2020; PEAIRS *et al.*, 2019).

A criatividade no ensino universitário está diretamente relacionada ao desenvolvimento dessa qualidade, bem como aos métodos de aprendizagem criativa (SAWYER, 2018). A aprendizagem criativa é reconhecida como uma forma de aprendizagem que desenvolve o próprio pensamento ou comportamento criativo dos jovens estudantes, e a aprendizagem criativa considera "o uso de abordagens e aplicações criativas para tornar a aprendizagem mais interessante e eficaz". A aprendizagem criativa deve incluir métodos de ensino criativos (SPOON; RUBENSTEIN; TERWILLEGAR, 2021; RUBENSTEIN *et al.*, 2018). Neste estudo, discutimos a situação atual relacionada à educação universitária e criatividade na Universidade Federal de Kazan através de grupos de alunos juniores (1º e 2º anos) e determinamos em detalhes qual o número de alunos que escolherão a forma criativa na tarefa proposta. Os alunos do segundo ano são considerados neste estudo porque são mais experientes em comparação com os alunos do ano anterior e mais motivados do que os alunos mais velhos. A última circunstância está relacionada à mudança no foco dos alunos seniores no emprego e no trabalho do mundo real no contexto das aulas acadêmicas.

Gostaríamos de enfatizar a proximidade das noções de atividade criativa e criatividade utilizadas neste artigo. É geralmente reconhecido que a criatividade é um conceito complexo, multidimensional, para o qual não existe uma definição única (DOYLE, 2019; GLĂVEANU *et al.*, 2020). Consideramos a criatividade como uma característica, a qualidade da pessoa, não separada da atividade criativa como um processo de criação de ideias novas e originais, conhecimentos, etc., que pode levar a uma mudança de valor social ou tecnológico: "realização

de algo notável e novo, algo que essencialmente transforma e muda um campo de atividade. Aqui, a criatividade atua como um processo, que é exatamente o que a pessoa criativa proporciona. Os tipos de pessoas que mudam o mundo" e "a capacidade de um indivíduo de produzir ideias, insights, reestruturações, invenções ou objetos artísticos novos ou originais que são aceitos por especialistas como tendo valor científico, estético, social ou tecnológico" (GRUSZKA; TANG, 2017; DANOS; KENNEL; REITER-PALMON, 2017).

Simultaneamente, devemos enfatizar que o potencial criativo é bastante dependente de fatores ambientais. Pode ser mantido, encorajado e cultivado e enfraquecido ou suprimido (RUNCO; ACAR; CAYIRDAG, 2017). O sistema de ensino superior tradicional pode levar os alunos principalmente à memorização ou reflexão básica, o aluno pode repetir o que outra pessoa já fez, o que não requer criatividade (LEE; MEYER; CRUTCHFIELD, 2021). O sistema de ensino superior existente é uma poderosa "fábrica de conhecimento", mas é possível usá-lo como uma "zona aberta" na qual a transformação social e a criatividade cultural igualmente poderosa podem ocorrer. Estamos convencidos de que o ensino superior deve preparar os jovens primeiro para um ambiente de trabalho em rápida mudança, transformando "fábricas de conhecimento" em "fábricas de pensamento".

Materiais e métodos

Estudantes da Escola Secundária de Jornalismo e Comunicação de Mídia da Universidade Federal de Kazan durante o ano letivo de 2022-2022 participaram deste estudo. Nove grupos de estudantes (209 no total) de Publicidade e Relações Públicas e Comunicação Social estiveram envolvidos na coleta do material experimental. A capacidade de visualização dos alunos foi analisada classificando as respostas às tarefas criativas dadas durante as aulas de "Psicologia das Comunicações de Massa", "Design Criativo em Publicidade e Relações Públicas" e "Métodos de Ativação de Habilidades Criativas". O estudo utilizou o método de observação aberta no processo de aprendizagem. Exemplos de tarefas de formato criativo cuidadosamente projetadas para o trabalho em sala de aula em grupo são fornecidos. São os alunos e, é claro, os professores como produtores de conhecimento neste estudo que oferecem insights sobre o escopo, o valor e os domínios da criatividade. Baseando-nos em teorias da criatividade e da sociologia, conectamos os contextos do conhecimento disciplinar às percepções da criatividade, tentando entender melhor sua natureza e, por sua vez, a melhor forma de incentivá-la e desenvolvê-la.

Resultados

Os resultados do estudo mostram que a maioria dos estudantes, ao visualizar a resposta, optou por esquemas familiares, estruturalmente lógicos, apresentando níveis através de um triângulo, na melhor das hipóteses, através de uma pirâmide. Apenas 21% (44 alunos) utilizaram uma forma não padronizada de reflexão da informação, tendo conectado a imaginação e recusado a partir da franqueza em sua apresentação (Tabela 1).

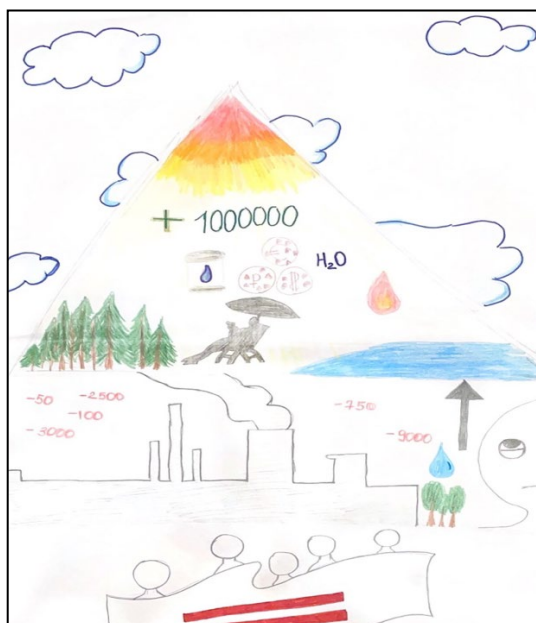
Tabela 1 – Formas de visualização

Número de alunos	Forma piramidal da estrutura social	Forma não padronizada de apresentação da estrutura social
209 (100 %)	165 (79 %)	44 (21%)

Fonte: Elaborado pelos autores

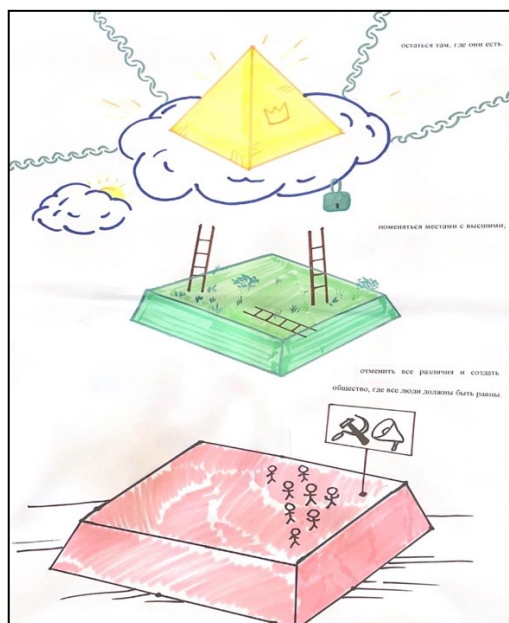
As Figuras 1–2 mostram várias respostas não padronizadas à tarefa proposta.

Figura 1



Fonte: Coleção dos autores

Figura 2



Fonte: Coleção dos autores

Figura 2. Exemplos de representação não padronizada da forma piramidal da estrutura social.

Figura 3 – Um exemplo de uma apresentação não padronizada da estrutura social



Fonte: Coleção dos autores

Isso serviu como um gatilho para o uso ativo e constante de técnicas que estimulam o pensamento imaginativo, desenvolvendo parâmetros de criatividade como fluência (capacidade de gerar muitas ideias), flexibilidade (capacidade de produzir uma grande variedade de ideias), elaboração (capacidade de desenvolver, embelezar ou complementar uma ideia) e distinção (capacidade de gerar ideias incomuns, estatisticamente infrequentes, não triviais ou óbvias). Masterclass "Design criativo em publicidade e relações públicas" e um curso de formação "Técnicas de ativação de habilidades criativas de especialistas em publicidade, relações públicas e comunicação de mídia" foram os meios de alcançar tais resultados, que também foram fornecidos pelo manual relacionado "Aqui está uma ideia!" (SIDELNIKOVA, 2009, 2022).

Discussão

Este estudo considera os grupos de estudantes da Universidade Federal de Kazan como um espaço social e de aprendizagem interativo. Vale mencionar que tem havido muitos estudos relacionados com escolas primárias e criatividade na Rússia e na prática mundial. No entanto, há uma falta de dados sobre a análise da criatividade e abordagens criativas no ensino superior entre os estudantes.

Particular atenção no estudo dos recursos de criatividade no trabalho deve ser dada ao potencial da visualização como um meio tradicional e ao mesmo tempo extremamente moderno de seu suporte metodológico, e avaliação da independência pessoal e desempenho do grupo, que abaixo confirmaremos com exemplos. Primeiro, vamos nos debruçar sobre o que é "visualização" e por que ela, não isolada de outras técnicas, pode criar condições confortáveis para o trabalho criativo individual e em equipe. A visualização utilizada no processo educativo baseia-se nos procedimentos de esquematização e criação de linhas associativas, imagens livres. Eles podem ser subordinados a alguma ideia geral, realizada em um determinado formato, ou podem representar um jogo de imaginação individual, mas em ambos os casos têm um caráter simbólico.

Essa abordagem para a definição de visualização foi utilizada na coleta de material experimental. 9 grupos de estudantes (209 no total) dos programas "Publicidade e Relações Públicas" e "Comunicação de Mídia" da Universidade Federal de Kazan participaram dele. A aula durou 120 minutos e os alunos foram convidados a se dividir em grupos de 3 a 5 pessoas e realizar a seguinte tarefa:

Passo 1: Leia um fragmento de 1984 de George Orwell:

Ao longo do tempo registrado, e provavelmente desde o final da Era Neolítica, houve três tipos de pessoas no mundo, o Alto, o Médio e o Baixo. Eles foram subdivididos de muitas maneiras, eles carregaram inúmeros nomes diferentes, e seus números relativos, bem como sua atitude em relação uns aos outros, variaram de idade para idade; mas a estrutura essencial da sociedade nunca se alterou... Mesmo depois de enormes reviravoltas e mudanças aparentemente irrevogáveis, o mesmo padrão sempre se reafirma...

Os objetivos destes três grupos são totalmente inconciliáveis. O objetivo do Alto é permanecer onde eles estão. O objetivo do Médio é mudar de lugar com o Alto. O objetivo do Baixo, quando eles têm um objetivo – pois é uma característica permanente do Baixo que eles são muito esmagados pelo trabalho penoso para serem mais do que intermitentemente

conscientes de qualquer coisa fora de suas vidas diárias – é abolir todas as distinções e criar uma sociedade na qual todos os homens serão iguais.

Passo 2. Discussão: Se este esboço está correto e os objetivos dos grupos são opostos, então por que a estrutura da sociedade é tão essencial?

Passo 3. Visualização: Crie uma sequência associada e imaginária respondendo a uma pergunta sobre a estrutura essencial da sociedade com um desenho e apresentando o mecanismo de interação entre os três níveis de pessoas descritos.

Passo 4. A apresentação da visualização resultante. Discussão geral em grupo.

Aqui estão exemplos de tarefas que, apoiadas pela visualização, estimulam o desenvolvimento da criatividade dos alunos.

Exemplo da tarefa nº 1: Leia o poema de A. Pushkin e use um desenho (infográfico) para apresentar o mecanismo de "revelações bem-aventuradas" descrito pelo poeta.

Quantas revelações frescas e bem-aventuradas

Fornece o gênio da educação,

Assim como a experiência, o fruto amargo do erro,

E a razão, amiga e raiz dos paradoxos...

Exemplo da atribuição nº 2:

Prepare uma apresentação que comece com a linha "Eu sou uma pessoa criativa: posso ser frutífero ou posso ser brincalhão.

Exemplo da atribuição nº 3:

Preencha a tabela e prepare uma apresentação que revele sua relação com as frases nela. Faça uma lista de ações que revelem os conceitos coletivos de "ser frutífero" e "ser brincalhão". Encontre uma imagem, uma associação ou uma ilustração que reflita a conexão entre os dois.

Tabela 2 – Parte da atribuição nº 3

Eu sou frutífero	Eu sou brincalhão

Fonte: Elaborado pelos autores

Um exemplo da tarefa nº 4: oferece uma lista de ações que revelarão a essência do título "Aprenda a cometer erros". Cabe a você escolher a esfera de atividade em que o erro foi cometido e as particularidades do erro. Encontre uma imagem que reflita sua resposta à chamada "Aprenda a cometer erros".

Um exemplo da tarefa nº 5 "Becos sem saída são bons para o seu trabalho criativo": Criando grupos lúdicos (4-5 pessoas), leia o poema de I. Guberman, analise e acompanhe com um infográfico (Figura 5) a resposta para as perguntas: Qual é o mecanismo de criatividade retratado pelo verso? Por que são os "becos sem saída" que estimulam os avanços criativos?

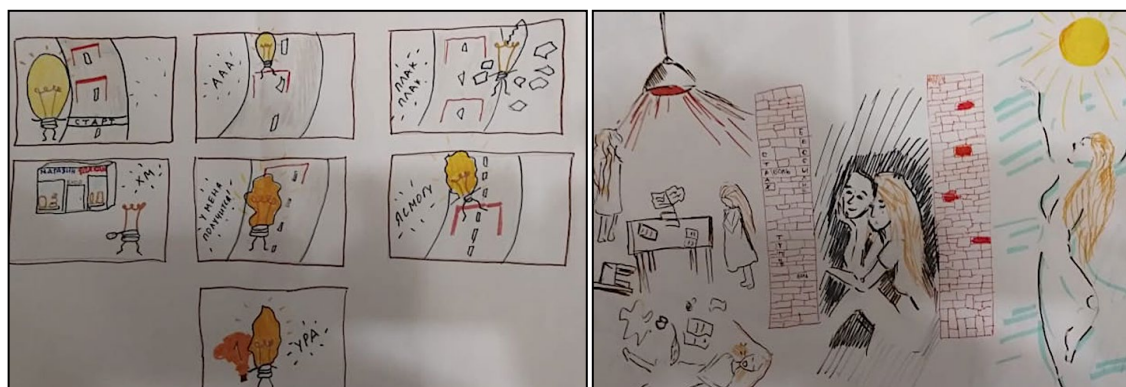
Os becos sem saída são bons para o seu trabalho criativo:

A dor e as feridas de queimadura da impotência

Apesar do seu medo e retidão mental

Compelir sua alma a dar um salto.

Figura 4 – Exemplos de trabalhos concluídos pelos alunos para a tarefa nº 5



Fonte: Coleção dos autores

Observe que os alunos olham para tarefas fora do padrão com desconfiança no início e, em seguida, com crescente interesse, percebendo que desenvolveram suas habilidades de pensamento criativo e crítico. Logo, a educação universitária deve ser ensinada de forma

criativa, de modo que a criatividade deve substituir o aprendizado rotineiro. Além disso, os alunos querem se sentir livres e querem se expressar. Assim, a missão da universidade como um lugar para criar o potencial intelectual das pessoas do futuro em termos de criatividade precisa ser reconsiderada. Uma revisão sistemática poderia reformatar o currículo, adicionar capacidade de pesquisa, coordenação com o setor produtivo, reduzir a pressão sobre os métodos tradicionais de memorização de material e aumentar a liberdade de criar novas ideias e projetos.

Conclusões

Essa estrutura apresenta uma compreensão da criatividade como um momento de imaginação, reflexão ou criação de hipóteses. Inclui "pensar fora da caixa" ou ver possibilidades que podem ser incomuns ou inesperadas e, às vezes, envolve aceitar pontos de vista alternativos e, certamente, visualizar uma ideia. Os participantes tendiam a definir a criatividade como a necessidade de "olhar para as coisas de um ponto de vista diferente" ou discutir uma "nova" abordagem. A visualização é aprovada na prática e bem testada no processo educacional. Dentro da organização do trabalho independente durante o estudo de diferentes cursos e tópicos, também pode ser individual e em grupo, apoiado pela interação on-line e atuando como contatos emocionais diretos dos participantes uns com os outros.

Observação aberta do professor realizada no processo de aprendizagem, bem como a elaboração minuciosa de tarefas de diferentes formatos para o trabalho individual e coletivo extracurricular e independente em sala de aula, os dados, os resultados de testes e exames indicam que os métodos de visualização desempenham não apenas a função prática de aumentar o conhecimento dos alunos sobre uma determinada disciplina, mas também formam o pensamento criativo, a ética da atividade intelectual e a inteligência social.

REFERÊNCIAS

- ACAR, S.; BURNETT, C.; CABRA, J. Ingredients of creativity: Originality and more. **Creativity Research Journal**, v. 29, n. 2, p. 133–144, 2017. DOI: 10.1080/10400419.2017.1302776
- BEGHETTO, R. A. On creative thinking in education: eight questions, eight answers. **Future EDge**, v. 1, p. 48-71, 2020. Available at: <https://education.nsw.gov.au/teaching-and-learning/education-for-a-changing-world/future-edge/future-edge-issue-1> Acesso em: 1 Nov. 2022.
- CHAN, H.-Y. *et al.* Relation Between Interactive Learning and Prior Knowledge: Insights from a General Education Program of Science and Humanities. **The Journal of General Education**, v. 66, n. 3-4, p. 136–165, 2019. DOI: 10.5325/jgeneeduc.66.3-4.0136
- DONSKIKH, O. A. Moral and ideological consequences of pandemic. **The Beacon: Journal for Studying Ideologies and Mental Dimensions**, v. 3, 020510125, 2020. DOI: 10.55269/thebeacon.3.020510125
- DOYLE, C. L. Speaking of creativity: Frameworks, models, and meanings. *In*: MULLEN, C.; **Creativity theory and action in education**. Creativity under duress in education? Resistive theories, practices, and actions. Cham: Springer, 2019. v. 3, p. 41-62. DOI: 10.1007/978-3-319-90272-2_3
- GILSON, L. L.; LITCHFIELD, R. C. Idea collections: A link between creativity and innovation. **Innovation**, v. 19, n. 80–85, 2017. DOI: 10.1080/14479338.2016.1270765
- GLĂVEANU, V. P. *et al.* Advancing creativity theory and research: A socio-cultural manifesto. **The Journal of Creative Behavior**, v. 54, n. 3, p. 741–745, 2020. DOI: 10.1002/jocb.395
- GROMAN, J. Considering the Long-Term Transformative Impact of Creativity Training on the Work and Lives of Teachers. **Journal of Advanced Academics**, v. 33, n. 1, p. 43–68, 2022. DOI: 10.1177/1932202X211036348
- GRUSZKA, A.; TANG, M. The 4P’s creativity model and its application in different fields. *In*: TANG, M.; WERNER, C. H. (Eds.), **Handbook of the management of creativity and innovation: Theory and practice**. Singapore: World Scientific, 2017. p. 51–71. DOI: 10.1142/9789813141889_0003
- HARMS, M.; KENNEL, V.; REITER-PALMON, R. Team creativity: Cognitive processes underlying problem solving. *In*: REITER-PALMON, R. **Team creativity and innovation**. Oxford: Oxford University Press, 2017. p. 61–86. DOI: 10.1093/oso/9780190222093.003.0004
- JAHNKE, I.; HAERTEL, T.; WILDT, J. Teachers’ conceptions of student creativity in higher education. **Innovations in Education and Teaching International**, v. 54, n. 87–95, 2017. DOI: 10.1080/14703297.2015.1088396

- KATZ-BUONINCONTRO, J.; PERIGNAT, E.; HASS, R.W. Conflicted epistemic beliefs about teaching for creativity. **Thinking Skills and Creativity**, v. 36, art. 100651, 2020. DOI: 10.1016/j.tsc.2020.100651
- KIM, C. Measures to improve curriculum through analysis of the recognition and demand of education college students on creativity convergence education. **International Journal of Advanced and Applied Sciences**, v. 9, n. 4, p. 62-70, 2022. DOI: 10.21833/ijaas.2022.04.008
- LEE, L. E., MEYER M. S., CRUTCHFIELD K. Gifted classroom environments and the creative process: A systematic review. **Journal for the Education of the Gifted**, v. 44, n. 2, p. 107–148, 2021. DOI: 10.1177/01623532211001450
- LUBART, T. Creativity across the seven Cs. In: STERNBERG, R. J.; KAUFMAN, J. C., **The nature of human creativity**. Cambridge University Press: Cambridge, 2018. p. 134–146. DOI: 10.1017/9781108185936.012
- MCLEAN, N. *et al.* Understanding creativity in primary English, science, and history. **The Australian Educational Researcher**, p. 1–20, 2021. DOI: 10.1007/s13384-021-00501-4
- MOSKOVKIN, V. M. Do we need a Great Reset? COVID-19, Black Revolution, Inequality and Common Good. **The Beacon: Journal for Studying Ideologies and Mental Dimensions**, v. 3, 011310115, 2020. DOI: 10.55269/thebeacon.3.011310115
- PATSTON, T. J. *et al.* What Is Creativity in Education? A Qualitative Study of International Curricula. **Journal of Advanced Academics**, v. 32, n. 2, p. 207–230, 2021. DOI: 10.1177/1932202X20978356
- PEAIRS, K. F. *et al.* Leader of the Pack: Academic Giftedness and Leadership in Early Adolescence. **Journal of Advanced Academics**, v. 30, n. 4, p. 416–440, 2019. DOI: 10.1177/1932202X19847667
- RICHARDSON, C.; MISHRA, P. Learning environments that support student creativity: Developing the SCALE. **Thinking Skills and Creativity**, v. 27, p. 45–54, 2018. DOI: 10.1016/j.tsc.2017.11.004
- RUBENSTEIN, L. D. *et al.* How teachers perceive factors that influence creativity development: Applying a Social Cognitive Theory perspective. **Teaching and Teacher Education**, v. 70, p. 100–110, 2018. DOI: 10.1016/j.tate.2017.11.012
- RUNCO, M. A.; ACAR, S.; CAYIRDAG, N. A closer look at the creativity gap and why students are less creative at school than outside of school. **Thinking Skills and Creativity**, v. 24, p. 242–249, 2017. DOI: 10.1016/j.tsc.2017.04.003
- SAID-METWALY, S.; VAN DEN NOORTGATE, W.; KYNDT, E. Approaches to measuring creativity: a systematic literature review. **Creativity. Theories – Research – Applications**, v. 4, n. 2, p. 238- 275, 2017. DOI: 10.1515/ctra-2017-0013

SAWYER, R. K. An interdisciplinary study of group creativity. *In*: STERNBERG, R. J.; KAUFMAN, J. C., **The nature of human creativity**. Cambridge: Cambridge University Press, 2018. p. 280–290. Available at: https://psycnet.apa.org/doi/10.1207/s15326934crj1101_2 Acesso em: 1 Nov. 2022

SCHEJBAL, D. General Education Reconsidered. **The Journal of General Education**, v. 66, n. 3-4, p. 217–234, 2019. DOI: 10.5325/jgeneeduc.66.3-4.0217

SIDELNIKOVA, T. T. "**Here's an idea!**": issues of theory and practice of activating creative abilities of students of communication-oriented specialties. Kazan: Kazan University Press, 2022.

SIDELNIKOVA, T. T. **Innovations in teaching social and humanitarian disciplines**. Issues of Theory and Practice on the Example of "Political Science" Course. Kazan: Center for Innovative Technologies, 2009.

SPOON, R.; RUBENSTEIN, L. D.; TERWILLEGAR, S. R. Team effectiveness in creative problem solving: Examining the role of students' motivational beliefs and task analyses in team performance. **Thinking Skills and Creativity**, v. 40, art. 100792, 2021. DOI: 10.1016/j.tsc.2021.100792

STOPPEL, H.; CZARNOCHA, B. Creativity, Aha! Moments and teaching-research. Em: KAISER, G. **Proceedings of the 13th International Congress on Mathematical Education**. Cham: Springer, 2017. p. 689-690. DOI: 10.1007/978-3-319-62597-3_108

TELFER, J.; OLIVER, M. Can Research-Based Education Be a Tool to Help Students Prepare for the World of Work? *In*: TONG V. C. H.; STANDEN, A.; SOTIRIOU, M. **Shaping Higher Education with Students**. Ways to Connect Research and Teaching. UCL Press: London, 2018. p. 244–255. DOI: 10.2307/j.ctt21c4tcm.37

UCUS, S. Exploring creativity in social studies education for elementary grades: Teachers' opinions and interpretations. **Journal of Education and Learning**, v. 7, n. 2, p. 111-125, 2017. DOI: 10.5539/jel.v7n2p111

VINCENT-LANCRIN, S. Assessing Progression in Creativity and Critical Thinking Skills. **OECD**, 2017. Available at: <https://www.slideshare.net/OECD/assessing-progression-in-creativity-and-critical-thinking-skills-by-stphan-vincentlancrin-oecd> Acesso em: 1 Nov. 2022

VINCENT-LANCRIN, S. *et al.* **Fostering Students' Creativity and Critical Thinking: What It Means in School**. Paris: OECD Publishing, 2019.

WALES, P. Creativity and Democracy in Education: Practices and Politics of Learning through the Arts, by Jeff Adams and Allan Owens. **Pedagogies: An International Journal**, v. 12, n. 4, p. 413-415, 2017. DOI: 10.1080/1554480X.2017.1383005

ZHOU, X.; TIAN, L. An Empirical Study on the Satisfaction of Students in the Cultivation of Innovative Talents: Take E-Marketing Course as an Example. **Journal of Coastal Research**, v. 93, p. 866–869, 2019. DOI: 10.2112/SI93-123.1

Processamento e editoração: Editora Ibero-Americana de Educação.
Revisão, formatação, normalização e tradução.

