

# Criatividade e antecedentes ao consumo de drogas (\*)

*RUTE PATRÍCIA ESPINHO (\*\*)*  
*FERNANDO CARDOSO DE SOUSA (\*\*)*

O consumo de drogas tem sido um tema bastante debatido nos últimos anos, a nível psicosocial, económico e político. Uma área de preocupação é a situação que leva ao consumo – que tipo de situações dão início ao uso de drogas? Será que um indivíduo consome devido a problemas físicos, psicológicos ou sociais, ou será pelo prazer ou pela diversão que a droga inicialmente poderá oferecer? E dentro destes antecedentes, até que ponto o indivíduo procura na droga a possibilidade de libertar o seu potencial criativo?

O presente artigo tem como objectivo responder a estas questões, comparando para isso consumidores de heroína com consumidores de haxixe – as duas substâncias mais representativas das chamadas drogas duras e leves, respectivamente. Pretende-se assim avaliar a relação

entre a criatividade e as razões que levam ao consumo de heroína e haxixe.

No que respeita aos antecedentes, Marsh e Shevell (1983) revelaram duas dimensões que emergiram de ambos os sexos como razões para o consumo de heroína: o funcionamento social, sugerido como mais importante para os homens; a auto-medicação, no caso das mulheres, que estão mais inclinadas a usar esta e outras drogas deste modo. Os resultados da investigação indicam que as razões percebidas para o uso de drogas caem num contínuo que se estende desde problemas físicos a problemas do ambiente social. Sobre este tipo de problemas, Gibbons, Brown, Greene e Dupont (1981), concluíram que a iniciação no consumo de heroína não só é mediada por amigos próximos, como também ocorre numa atmosfera na qual a ansiedade e/ou a culpa são minimizadas. Muitos consumidores referiram a pressão dos pares como uma influência importante no primeiro consumo de heroína, e também mencionaram que essa influência lhes é desagradável. Num outro estudo, McKay et al. (1992) concluíram que os adolescentes atribuíam mais o consumo de drogas ao facto de se sentirem bem ou quando saíam com amigos, do que a emoções desagradáveis, conflitos interpessoais, desconforto físico ou tentação para o uso.

---

(\*) A correspondência e os pedidos de impressão respeitantes a este artigo devem ser enviados para Fernando Sousa, Instituto Superior D. Afonso III, Convento Espírito Santo, 8100-641 Loulé, Portugal, E-mail: cardoso\_sousa@hotmail.com

(\*\*) Instituto Superior D. Afonso III, Loulé.

Concluíram ainda que, no grupo de consumidores de drogas duras, as razões negativas (emoções desagradáveis, desconforto físico, conflito com os outros) estavam mais fortemente associadas com o consumo do que as razões positivas (emoções agradáveis, tempos agradáveis com os outros).

No tocante à criatividade, e talvez mais frequentemente no mundo artístico, o consumo de drogas aparece associado à expectativa de levar a criatividade a níveis que seriam mais difíceis de aceder em condições normais. No entanto, a dúvida que se coloca é se o consumo de drogas é procurado como forma de aumento da criatividade, ou consiste antes numa forma de lidar com a ansiedade que ocorre antes de se desenvolver um trabalho criativo. Riviera (1980), por exemplo, concluiu sobre a existência de uma motivação criativa no consumo de drogas. Com efeito, muitos artistas procuram no consumo de drogas o despertar da própria criatividade; no entanto, o autor refere que o consumo habitual de tóxicos conduz à deterioração progressiva das faculdades criativas do consumidor. De acordo com Stein (1974), um indivíduo criativo tem mais facilmente acesso ao seu inconsciente que outros menos criativos; e também uma maior sensibilidade e flexibilidade nos seus processos de percepção e pensamento, o que lhe vai permitir utilizar e responder ao que ele encontra e precisa no seu ambiente, para integrações criativas e originais. No entanto, isto levanta a questão: como é que sujeitos menos criativos podem induzir alterações para poderem realizar «trabalhos criativos»? Se bem que haja várias respostas a esta questão, é um facto que bebendo álcool ou tomando drogas, o sujeito pode induzir um estado que pode aparentar resultar numa maior criatividade.

Ainda segundo o autor, e em relação a factores de personalidade, o uso de drogas pode ser utilizado no sentido de desenvolver a coragem, a segurança e a confiança necessárias para levar a bom termo ideias criativas e originais. Os indivíduos podem usar drogas para lidar com a ansiedade e aumentar a coragem para poderem «vender» uma ideia, ou para se sentirem melhor quando confrontados com um papel em branco em que têm que escrever algo original. Assim, o álcool, a cafeína e outras drogas, podem ser usadas não só para lidar com a ansiedade, como

também com o *stress* que ocorre antes do indivíduo desenvolver uma actividade criativa, ou como forma de «levantar o espírito» e relaxar depois do trabalho feito.

Cheek et al. (1973), num estudo sobre o padrão de consumo de marijuana, a percepção das consequências do seu uso e algumas atitudes face ao consumo, concluíram que a curiosidade foi o motivo mais relatado pelos sujeitos como razão para experimentarem a droga. Os consumidores regulares deram verbalmente uma lista de outros motivos como um desejo de aumento da percepção, do *insight* e da criatividade. As razões dadas para fumar marijuana permitiram diferenciar os grupos entre consumidores experimentais, ocasionais, regulares e habituais; a razão mais frequentemente dada para o uso de marijuana foi o aborrecimento, seguindo-se-lhe o aumento da criatividade, o prolongamento de uma boa disposição, o desenvolvimento de uma vida interior ou espiritual, e a redução da tensão. Por grupos, e ainda segundo estes autores, os consumidores habituais e os regulares tendem a realçar a exploração pessoal e o aumento da criatividade. Contudo, os consumidores habituais também referem consumir para reduzir a tensão e a depressão e para afastar os seus problemas. Foi confirmado o apelo positivo da droga para este grupo, que estava mais inclinado do que os outros a ver isso como um aumento da sociabilidade e melhoramento das suas relações amorosas. Em contraste, os consumidores ocasionais deram mais ênfase ao alívio do aborrecimento, sugerindo um uso mais casual da droga.

Sobre a relação entre a droga e a criatividade, Hogan, Mankin, Conway e Fox (1970), concluíram que os consumidores, quando comparados com não consumidores, eram mais serenos socialmente, aventureiros, impulsivos, abertos a novas experiências, rebeldes e procuravam o prazer, o que, segundo os autores, são traços indicativos de uma personalidade criativa. Os não consumidores eram mais responsáveis, cumpridores das regras, inflexíveis, convencionais e mais restritos nos seus interesses. Grossman et al. (1971), concluíram que com o aumento do uso de marijuana, havia evidência do aumento da criatividade e do sentido aventureiro, e uma diminuição na tendência para ser autoritário para com os outros ou para ser submisso à autoridade. Este estudo com estudantes associou o consumo

de marijuana com o que se considera uma característica valiosa como a criatividade. Os autores deste estudo acreditam que o sentido aventureiro e o estar receptivo à mudança, podem estar na base dos seus resultados. Pritzker (1999) também refere que o álcool pode reduzir a ansiedade e a depressão e permite escapar à dor; algumas pessoas criativas testemunharam que o álcool as ajudou nos seus trabalhos, especialmente na diminuição da ansiedade durante as fases iniciais da criação. Krippner (1999) concluiu que os psicadélicos (drogas como o LSD e os cogumelos alucinogéneos) estimulam frequentemente a criatividade em sujeitos condicionados pelas sociedades industrializadas, descondicionando-os da sua cultura tradicional.

De acordo com Plucker e Dana (1999), a teoria de que a criatividade leva ao uso de drogas, tem três categorias básicas: primeiro, o *stress* desencadeado pela actividade criativa – o não conformismo, o correr riscos, ou aflições psicológicas específicas – podem levar pessoas criativas a usar drogas como uma estratégia de *coping*; segundo, dada a popular associação entre a criatividade e as drogas, em especial em determinados meios artísticos, como já referimos, os indivíduos criativos podem sentir que o que se espera deles é o consumo de drogas. Devido ao processo de comparação social, uma pessoa criativa consome drogas porque pensa que é isso que esperam que faça. Por último, existe a possibilidade de que certos indivíduos criativos usem o mito de que a droga aumenta a criatividade como explicação fundamentada para comportamentos que eles suspeitam que são percebidos negativamente pela sociedade.

Destas investigações parece ressaltar que algumas drogas (os estudos relatados mencionam apenas as chamadas drogas leves) possuem uma acção desinibidora em termos sociais, facilitando a comunicação de ideias por parte dos indivíduos que possuem um potencial criativo, mas que sentem dificuldade em afirmá-lo perante os outros. Possuem também a capacidade de aliviar a tensão existente no processo criativo, e facilitam alguns aspectos do processo de elaboração das associações de imagens e ideias. No entanto, não é claro até que ponto o consumo de drogas leves constitui causa facilitadora, ou apenas consequência do processo criativo, nem se encontraram estudos que abordassem a questão

da qualidade. Com efeito, a facilitação do processo de comunicação, ou mesmo a diminuição da tensão, não geram obrigatoriamente uma maior eficácia na geração de produtos criativos, ou na aceitação dos mesmos por parte de outros que não o criador. Por outro lado, tal como no *doping*, sempre que um processo é facilitado artificialmente, sobrevêm os problemas da habitação, da necessidade do aumento das doses para um mesmo efeito, e de uma deterioração da performance na ausência da substância estimulante; isto para além dos efeitos colaterais. Assim, interessa saber até que ponto indivíduos criativos são levados a consumir drogas consecutivamente mais fortes, ou uma mesma droga com maior frequência; ou ainda se a procura da criatividade aparece como uma das situações que levam ao consumo.

Nesta perspectiva, levanta-se o problema seguinte: Será que indivíduos que consomem diferentes tipos de droga diferem quanto ao grau de positividade das situações de consumo e quanto ao grau de criatividade?

A hipótese que foi testada, consistiu na resposta afirmativa ao problema definido, isto é, os consumidores de drogas leves (haxixe) referem situações mais positivas de consumo e são mais criativos que os consumidores de drogas duras (heroína).

## 1. MÉTODO

### 1.1. *Sujeitos*

A amostra foi constituída por 126 sujeitos, sendo 63 consumidores de drogas leves, (na sua maioria consumidores diários de haxixe), e 63 consumidores de drogas duras (na sua maioria dependentes de heroína). A média de idades dos consumidores de drogas é de 26 anos. Relativamente à escolaridade, verificou-se que a média se situa no 3.º ciclo. Constatou-se também que a maioria dos sujeitos são solteiros. Em relação aos anos de consumo, a média é de 10. Concluiu-se também que a maioria dos consumidores de drogas leves não se encontra em seguimento terapêutico e não fez qualquer tratamento prévio, enquanto que nos consumidores de drogas duras

a maioria encontra-se em seguimento terapêutico e fez tratamentos prévios.

## 1.2. Medidas

Neste estudo foi utilizado um questionário de variáveis socio-demográficas, com um conjunto de questões que pretendem medir variáveis demográficas e variáveis relacionadas com o consumo de substâncias, o tipo de drogas ilícitas consumidas, a existência ou não de seguimento terapêutico e de tratamentos prévios, bem como possíveis tratamentos de substituição de opiáceos. Foi tido em conta o tipo de droga consumida (haxixe, LSD, drunfos, heroína, cocaína, ecstasy), a quantidade consumida diariamente e a frequência do consumo, que diferencia os sujeitos em consumidores experimentais (uma ou duas vezes durante a sua vida), ocasionais (apenas em acontecimentos sociais), regulares (uma ou mais vezes por semana) e os dependentes (todos os dias).

Para avaliar as situações que levam ao consumo de drogas, foi utilizada uma escala construída a partir do instrumento *Inventory of Drug-Taking Situations* (IDTS; Turner, Annis & Sklar, 1997). A IDTS é um questionário constituído por 50 itens que medem as situações nas quais o sujeito consumiu determinado tipo de drogas, no último ano. As situações que levam ao consumo de drogas estão baseadas em oito categorias de classificação de antecedentes comuns ao uso de drogas, de Marlatt. A escala encontra-se dividida em oito sub-escalas: Emoções Desagradáveis; Desconforto Físico; Emoções Agradáveis; Controlo Pessoal; Impulso/Tentação para o Uso; Conflito com os outros; Pressão Social para o Uso e Tempos Agradáveis com os Outros. É pedido aos sujeitos que descrevam a situação que os levou a consumir substâncias psicoactivas no último ano, de acordo com um formato de resposta de tipo Likert variando de 1 («nunca ou quase nunca») a 4 («quase sempre»). O resultado para cada sub-escala corresponde ao somatório dos seus itens. A análise das suas características psicométricas, mostrou valores de consistência interna (Alfa de Cronbach) de 0.92 para Emoções Desagradáveis, 0.70 para Desconforto Físico, 0.84 para Emoções Agradáveis, 0.84 no Controlo Pessoal, 0.75 no Impulso/Tentação para o Uso, 0.90 no Conflito com os Outros, 0.87

para a Pressão Social para o Uso, e 0.83 em Tempos Agradáveis com os Outros. O Alfa total foi de 0.95. A validade da IDTS foi estabelecida pela demonstração de correlações com medidas de consumo de drogas, de sintomatologia, de gravidade do problema e de dependência: com a escala *Alcohol Dependence Scale* (ADS), de Skinner e Horn (1984), verificou-se uma correlação de 0.41; relativamente à escala *Symptom Checklist Revise* (SCL-90-R), de Derogatis (1979), verificaram-se correlações significativas entre 0.10 e 0.47; com a escala *Drug Abuse Screening Test* (DAST), de Skinner (1982), verificaram-se correlações significativas entre 0.30 e 0.43.

Para avaliar a criatividade foi utilizada uma escala construída a partir do instrumento *The Physiognomic Cue Test* (PCT; Stein, 1975), que inclui 32 desenhos incompletos, cada um com duas alternativas descritivas (separador semântico com duas alternativas extremas separadas por uma escala de Likert de seis pontos, designando vários graus de parecença com as duas alternativas). Uma das subescalas refere-se à forma, configuração e características estruturais; a outra, a alternativa fisionómica, refere-se à atribuição de sentimentos, acção ou algumas características representacionais. As alternativas fisionómicas que envolvem sentimento estão referidas como «Sentimento Fisionómico» e, no geral, pertencem ao Factor A; as outras alternativas fisionómicas são descritas como «Acção Fisionómica», ou Factor B.

O PCT é uma medida válida para a expressão da percepção, na qual os indivíduos diferem estatisticamente. Pode ser usado em estudos da percepção em geral e do estilo cognitivo em especial, tendo valor no estudo da criatividade. Se aceitarmos o conceito psicanalítico de regressão ao serviço do ego (o voltar a um período prévio do desenvolvimento é uma reacção a algum tipo de dificuldade, ansiedade ou um mecanismo de defesa), pode-se colocar a hipótese de que indivíduos mais criativos dão maior evidência à percepção fisionómica do que indivíduos com menos criatividade. Uma pessoa criativa tem maior sensibilidade à estimulação sensorial, a diferenças e semelhanças subtis; grande reactividade à forma e ritmo, e tem talvez «a noção de Gestalt».

A pontuação para as alternativas fisionómicas,

quer no sentimento quer na acção, é pontuada 6, e a «alternativa forma» é pontuada 1. O teste tem três totais: Factor A (Sentimento Fisionómico, com uma pontuação máxima de 90); Factor B (Acção Fisionómica, com uma pontuação máxima de 66); uma pontuação total (com uma pontuação máxima de 192).

A análise das suas características psicométricas, mostrou valores de consistência interna (Alfa de Cronbach) de 0.83 para o sentimento fisionómico, 0.65 para a acção fisionómica, e 0.81 para a criatividade. A estabilidade temporal foi avaliada pelo método teste-reteste (6 meses), indicando valores de coeficientes de  $r=0.82$  relativamente ao sentimento fisionómico,  $r=0.72$  para a acção fisionómica, e  $r=0.82$  para a criatividade. A validade do PCP foi estabelecida por vários estudos, testando hipóteses específicas ou baseados em resultados empíricos, tendo o Rorschach sido inclusivamente utilizado num desses estudos.

### 1.3. Procedimento

Foi feito um ensaio dos instrumentos com 8 sujeitos (consumidores de drogas), concluindo-se que eram compreensíveis para todos. Desta forma, não foi feito qualquer ajustamento ao protocolo de avaliação. Em seguida foram contactados os directores dos serviços dos Centros de Atendimento a Toxicod dependentes (CAT) e dos Centros de Acolhimento onde foi realizado o estudo, para obter a necessária autorização.

Foi pedida a participação voluntária aos indivíduos, para um estudo sobre as situações que levam ao consumo de drogas e a associação destas com a criatividade. Aos participantes foram dadas instruções breves sobre o objectivo do estudo e esclarecidas quaisquer dúvidas. Os questionários continham a informação de que seriam anónimos e que os resultados seriam confidenciais. Os participantes começaram por preencher um questionário de variáveis demográficas, seguido de um quadro com o tipo de droga consumida, a frequência do consumo e a quantidade (no último ano), e por fim as escalas construídas a partir da IDTS e do PCT.

Em relação ao grupo de consumidores de drogas leves, uma vez que este tipo de consumidores raramente procura tratamento, o questionário foi passado num contexto de convívio escolar (no ensino secundário e universitário, no

local onde os alunos se encontram nos intervalos), sendo seleccionados apenas os consumidores de drogas, numa amostra de oportunidade. No grupo de consumidores de drogas duras, uma vez que procuram mais os serviços de tratamento, foram aleatoriamente seleccionados sujeitos que se encontravam ou procuravam tratamento num Centro de Atendimento a Toxicod dependentes e num Centro de Acolhimento. A aplicação dos testes foi feita nos meses de Abril e Maio, tendo cada aplicação sido feita individualmente e demorado, em média, 20 minutos.

## 2. RESULTADOS

Pretendendo realizar uma análise minuciosa, por droga, verificou-se a relação entre cada uma das drogas e as variáveis dependentes. Assim, tomando em consideração as frequências de consumo de drogas, constatou-se a existência de uma relação positiva entre a criatividade (excepto na sub-escala de Acção Fisionómica) e o haxixe e ecstasy. Conforme indicado na Tabela 1, relativamente às situações negativas, apenas a heroína aparece correlacionada; nas situações positivas não aparece relação.

Em face destes resultados, e porque o número de consumidores de ecstasy é comparativamente reduzido, foram tomados como referência os consumidores de haxixe e de heroína. De notar também que muitos dos sujeitos consomem ambos os tipos de droga, tal como indicado na Tabela 2.

Para avaliar as diferenças entre sujeitos heroínómanos e não heroínómanos, que consomem haxixe, em relação aos antecedentes face ao uso de drogas e criatividade, utilizou-se o teste *t de student* para amostras independentes (ver Tabela 2). Foram encontradas diferenças significativas em relação às situações que levam ao consumo e à criatividade, nomeadamente Emoções Desagradáveis, Desconforto Físico, Controlo Pessoal, Impulso/Tentação para o Uso, Conflito com os Outros, Pressão Social para o Uso e Acção Fisionómica. Sendo os sujeitos que consomem heroína os que apresentam valores médios mais elevados, excepto na sub-escala Acção Fisionómica, em que os sujeitos que apresentam valores médios mais elevados são os que consomem apenas haxixe.

TABELA 1  
*Valores do Coeficiente de Regressão (Beta) da Frequência de Consumo de Cada uma das Drogas Consideradas, Sobre os Valores Médios Obtidos pelos Sujeitos em Cada uma das Escalas de Medida (IDTS e PCT)*

|                                 | Haxixe | LSD  | Drunfos | Heroína | Cocaína | Ecstasy |
|---------------------------------|--------|------|---------|---------|---------|---------|
| Emoções Desagradáveis           | -.04   | -.13 | .12     | .44**   | .01     | .03     |
| Desconforto Físico              | -.14   | -.06 | .16     | .41**   | -.03    | .29     |
| Emoções Agradáveis              | .02    | .01  | -.17    | .05     | -.13    | .31     |
| Controlo Pessoal                | -.19*  | -.17 | .21     | .29     | .09     | -.04    |
| Impulso para o Uso              | -.15   | -.09 | .13     | .29*    | .13     | .13     |
| Conflito com os Outros          | -.11   | -.10 | .12     | .34     | .06     | .04     |
| Pressão Social para Uso         | .04    | .07  | .24     | .30     | .12     | .02     |
| Tempos Agradáveis com os Outros | .07    | -.12 | -.14    | .14     | -.14    | .25     |
| Sentimento Fisionómico          | .35*   | .06  | -.11    | .03     | .19     | .34*    |
| Ação Fisionómica                | .07    | .04  | -.11    | -.15    | .08     | .13     |
| Criatividade                    | .27*   | .03  | -.06    | -.10    | .19     | .33*    |

\*p<.05; \*\*p<.01

TABELA 2  
*Comparação das Médias Obtidas no IDTS e PCT, pelos Sujeitos Heroínómanos e Não Heroínómanos, que consomem Haxixe*

| Variáveis                       | Heroínómanos<br>(N=66) |      | Não Heroínómanos<br>(N=60) |      | t     | p    |
|---------------------------------|------------------------|------|----------------------------|------|-------|------|
|                                 | M                      | DP   | M                          | DP   |       |      |
| Emoções Desagradáveis           | 2.46                   | .76  | 1.67                       | .55  | 6.65  | .000 |
| Desconforto Físico              | 2.22                   | .70  | 1.57                       | .42  | 6.28  | .000 |
| Emoções Agradáveis              | 2.15                   | .69  | 2.30                       | .56  | -1.31 | .192 |
| Controlo Pessoal                | 2.05                   | .80  | 1.36                       | .53  | 5.69  | .000 |
| Impulso para o Uso              | 2.40                   | .76  | 1.82                       | .57  | 4.75  | .000 |
| Conflito com os Outros          | 2.01                   | .71  | 1.31                       | .45  | 6.53  | .000 |
| Pressão Social para o Uso       | 2.02                   | .80  | 1.49                       | .49  | 4.39  | .000 |
| Tempos Agradáveis com os Outros | 2.22                   | .70  | 2.21                       | .58  | .07   | .942 |
| Sentimento Fisionómico          | 2.41                   | 1.08 | 2.57                       | 1.16 | -.79  | .433 |
| Ação Fisionómica                | 3.97                   | .91  | 4.30                       | .88  | .2.13 | .035 |
| Criatividade                    | 2.90                   | .89  | 3.18                       | 1.03 | -1.60 | .112 |

Para avaliar as diferenças entre consumidores dependentes de haxixe e consumidores não dependentes de haxixe, em relação às situações que levam ao consumo e à criatividade, utilizou-se o teste *t de student* para amostras independentes (ver Tabela 3). Foram encontradas diferenças estatisticamente significativas, na sub-escalas Tempos Agradáveis com os Outros, Sentimento Fi-

sionómico e no total da Criatividade, sendo os consumidores dependentes de haxixe os que apresentam valores médios mais elevados.

Para avaliar a relação entre cada uma das escalas de medida do PCT sobre cada uma das sub-escalas da IDTS, utilizou-se o coeficiente de correlação de Pearson. Verificou-se a existência de uma relação significativa positiva entre situa-

TABELA 3  
*Comparação das Médias Obtidas no IDTS e PCT, pelos Consumidores Dependentes de Haxixe e Consumidores Não Dependentes de Haxixe*

| Variáveis                       | Dependentes<br>(N=28) |      | Não Dependentes<br>(N=44) |     | t     | p    |
|---------------------------------|-----------------------|------|---------------------------|-----|-------|------|
|                                 | M                     | DP   | M                         | DP  |       |      |
| Emoções Desagradáveis           | 2.30                  | .79  | 2.52                      | .74 | -1.19 | .240 |
| Desconforto Físico              | 1.98                  | .63  | 2.29                      | .76 | -1.79 | .078 |
| Emoções Agradáveis              | 2.25                  | .70  | 2.03                      | .69 | 1.31  | .196 |
| Controlo Pessoal                | 1.86                  | .79  | 2.14                      | .81 | -1.41 | .164 |
| Impulso para o Uso              | 2.30                  | .72  | 2.54                      | .71 | -1.37 | .176 |
| Conflito com os Outros          | 1.86                  | .71  | 2.10                      | .72 | -1.39 | .169 |
| Pressão Social para o Uso       | 2.08                  | .87  | 2.04                      | .74 | .23   | .816 |
| Tempos Agradáveis com os Outros | 2.39                  | .67  | 2.05                      | .69 | 2.10  | .039 |
| Sentimento Fisionómico          | 3.04                  | 1.37 | 2.22                      | .88 | 3.05  | .003 |
| Ação Fisionómica                | 4.09                  | .86  | 4.09                      | .97 | -.01  | .996 |
| Criatividade                    | 3.34                  | .99  | 2.74                      | .86 | 2.69  | .009 |

TABELA 4  
*Valores do Coeficiente de Correlação Pearson de Cada uma das Escalas de Medida do PCT, Sobre Cada um dos Factores da IDTS*

| Escalas do PCT         | Factores da IDTS |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|------------------------|------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
|                        | ED               | DF   | EA   | CP   | IU   | CO   | PS   | TA   | PO   | NE   |
| Sentimento Fisionómico | .08              | .03  | .12  | -.05 | -.03 | .10  | .03  | .21* | .19* | .07  |
| Ação Fisionómica       | -.03             | -.01 | .13  | -.14 | -.04 | -.09 | -.01 | .14  | .15  | -.04 |
| Criatividade           | -.02             | .01  | .22* | -.15 | -.04 | -.02 | -.05 | .23* | .25* | -.02 |

\*p<.05

Legenda: ED – Emoções Desagradáveis; DF – Desconforto Físico; EA – Emoções Agradáveis; CP – Controlo Pessoal; IU – Impulso/Tentação para o Uso; CO – Conflito com os Outros; PS – Pressão Social para o Uso; TA – Tempos Agradáveis com os Outros; PO – Situações de Consumo Positivas; NE – Situações de Consumo Negativas.

ções positivas de consumo (Emoções Agradáveis e Tempos Agradáveis com os Outros) e a Criatividade (na sub-escala Sentimento Fisionómico).

### 3. DISCUSSÃO

Neste estudo foi possível concluir sobre algumas relações entre as situações que levam ao

consumo de drogas, a criatividade, e as drogas propriamente ditas.

Assim, relativamente aos antecedentes do consumo de drogas, podemos afirmar que os consumidores de heroína mencionam mais as causas negativas como estando na origem do consumo. Estes resultados corroboram os encontrados por McKay et al. (1992), que concluíram que no grupo de consumidores de drogas duras

as razões negativas estavam mais fortemente correlacionadas com o consumo de drogas duras do que as razões positivas. Também, de acordo com Marsh e Shevell (1983), as razões percebidas para o uso de heroína caem num contínuo que se estende desde problemas físicos a problemas no seu ambiente social.

Relativamente à criatividade, o estudo concluiu que os sujeitos mais criativos, isto é, aqueles que de certo modo são capazes de ir traçando objectivos, de ir imaginando coisas susceptíveis de darem interesse à vida e ao dia a dia, poderão eventualmente recorrer ao haxixe para facilitar o processo de comunicação com os outros, podendo a criatividade latente ser libertada através do efeito desta droga. Com efeito, encontrou-se uma relação positiva entre os níveis de criatividade, nos aspectos emocionais, e o consumo de haxixe, em conjugação com o incremento de emoções agradáveis, no tocante ao relacionamento com os outros.

Poder-se-á assim inferir que os indivíduos menos criativos, ou com problemas de relacionamento com o exterior mais acentuados, terão porventura tendência a optar por drogas mais drásticas, neste caso a heroína. Aqui, o efeito da droga é exactamente o contrário, isto é, para além de dificultar significativamente o aspecto do relacionamento (vimos que as correlações obtidas entre as «Emoções Agradáveis» e «Tempos Agradáveis com os Outros», e a heroína, eram negativas), faz perder faculdades cognitivas ao nível da criatividade. Com efeito, Riviera (1980) concluiu a existência de uma motivação criativa no consumo de drogas, se bem que chamando a atenção para o facto de que o consumo habitual de drogas conduz à deterioração progressiva das faculdades criativas do consumidor.

Assim, para além de não haver aparentemente qualquer benefício com a ingestão de heroína, existe uma perda progressiva das faculdades mentais ao nível da criatividade, que pode aparentemente ser sustada, isto é, essa perda pode não ser tão grave desde que exista alguma terapia de substituição com o haxixe. Isso ficou patente nas tabelas em que se mostram as diferenças existentes entre indivíduos que tomam heroína mas que consomem haxixe, em relação àqueles que não consomem.

Daqui resulta provavelmente que uma possibilidade terapêutica em relação aos dependentes de

heroína possa ser, por um lado, alguma substituição que se consiga através do haxixe; por outro, qualquer desenho de actividades que possa de certo modo favorecer o desenvolvimento criativo. Assim, enquanto não existir uma perda significativa de faculdades cognitivas ligadas à criatividade é possível, talvez, que a uma terapia orientada para o desenvolvimento da criatividade reduza a tendência para o consumo de heroína, independentemente das questões fisiológicas da própria dependência da droga.

Relativamente ao consumo de haxixe, parece ser favorável a sua acção sobre o desbloqueamento na criatividade, naquilo que tem a ver com a comunicação com os outros, ou seja nos aspectos emocionais ligados à criatividade. Tal vem de encontro aos resultados apresentados por Grossman et al. (1971), que concluíram que com o aumento do consumo de marijuana (droga que em relação aos efeitos físicos e psicológicos é semelhante ao haxixe), havia evidência do aumento da criatividade. O estudo de Stein (1974) clarifica a influência da motivação criativa no uso de drogas, que poderá estar relacionada não com o processo criativo em si, mas sim como forma de lidar com a ansiedade e o *stress* que ocorre antes do indivíduo desenvolver uma actividade criativa, ou como forma de «levantar o espírito» e relaxar depois do trabalho feito. Para Plucker e Dana (1999), o *stress* desencadeado pela actividade criativa – o não conformismo, o correr riscos, ou as aflições psicológicas específicas – podem levar pessoas criativas a usar drogas como uma estratégia de *coping*.

Não parece assim haver grande prejuízo para o indivíduo no consumo de haxixe, sobretudo para o indivíduo que tem problemas no seu relacionamento com os outros, mas que tem potencialidades interiores criativas, a não ser obviamente o facto de esse desbloqueamento ser artificial, quando deveria ser por via da vontade do próprio indivíduo, sem necessidade de qualquer droga. No entanto, é talvez melhor acontecer por via de uma droga que não possui outros efeitos para além dos existentes, por exemplo, no tabaco, do que permitir a emergência de problemas psíquicos derivados da inibição. No caso do tratamento de heroinómanos que revelem algum nível de criatividade, ou que seja possível interessar em alguma actividade criativa, o haxixe poderá constituir uma via possível de desblo-



queamento criativo e, portanto, uma terapêutica aceitável, e nalguns casos até aconselhável.

Para futuras investigações propõe-se a tentativa de esclarecer a importância dos aspectos da conduta criativa nos possíveis tratamentos de reabilitação de consumidores de drogas, assim como a importância do haxixe no tratamento de heroínómanos.

#### REFERÊNCIAS

- Cheek, F. E., Sarett-Barrie, M., Holstein, C. M., Newell, S., & Smith, S. (1973). Four patterns of campus marijuana use: Part I. drug use. *The International Journal of the Addictions*, 8, 13-31.
- Gibbons, C. G., Brown, B. S., Greene, M. H., & DuPont, R. L. (1981). Initiation into heroin use. *The International Journal of the Addictions*, 16, 935-939.
- Gonzalez De Riviera, J. L. (1980). Drogas, estados de conciencia y creatividad. *Psiquis*, 6, 167-175.
- Grossman, J. C., Goldstein, R., & Fox, S. (1971). Openness to experience and marijuana use: An initial investigation. In American Psychological Association (Ed.), *Proceedings of the 79th Annual Convention*. New York: APA.
- Hogan, R., Mankin, D., Conway, J., & Fox, S. (1970). Personality correlates of undergraduate marijuana use. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 35, 58-63.
- Marsh, J. C., & Shevell, K. S. (1983). Male and females perceived reasons for their use of heroin. *Social Service Review*, 1, 45-57.
- Mckay, J. R., Murphy, R. T., Mcguire, J., Rivinus, T. R., & Maisto, S. A. (1992). Incarcerated adolescents' attributions for drug and alcohol use. *Addictive Behaviors*, 17, 227-235.
- Krippner, S. (1999). Altered and transitional states. In M. A. Runco & S. R. Pritzker (Eds), *Encyclopedia of creativity* (Vol. 1, pp. 59-70). New York: Academic Press.
- Plucker, J. A., & Dana, R. Q. (1999). Drugs and creativity. In M. A. Runco & S. R. Pritzker (Eds), *Encyclopedia of creativity* (Vol. 1, pp. 607-611). New York: Academic Press.
- Pritzker, S. R. (1999). Alcohol and creativity. In M. A. Runco & S. R. Pritzker (Eds), *Encyclopedia of creativity* (Vol. 1, pp. 53-57). New York: Academic Press.
- Stein, M. I. (1974). *Stimulating creativity*. New York: Academic Press.
- Stein, M. I. (1975). *The Physiognomic Cue Test*. New York: Behavioral publications, Inc.
- Turner, N. E., Annis, H. M., & Sklar, S. M. (1997). Measurement of antecedents to drug and alcohol use: Psychometric properties of the Inventory of Drug-Taking Situations (IDTS). *Behaviour Research Therapy*, 35, 465-483.

#### RESUMO

Este estudo pretende avaliar a relação entre a criatividade e as razões que levam ao consumo de heroína e haxixe. Para avaliar as situações que levam ao consumo de drogas, é utilizada uma escala construída a partir do instrumento *Inventory of Drug-Taking Situations* (IDTS; Turner, Annis, Sklar, 1997); para avaliar a criatividade é utilizada uma escala construída a partir do instrumento *The Physiognomic Cue Test* (PCT; Stein, 1975). Participam neste estudo 126 indivíduos (63 consumidores de heroína e 63 consumidores de haxixe). Os resultados obtidos mostram que os consumidores de heroína referem mais situações negativas de consumo que os consumidores de haxixe, não existindo diferenças, nos dois grupos, em relação a situações positivas que levam ao consumo. Relativamente à criatividade verifica-se uma relação positiva entre a sua vertente afectiva e o consumo de haxixe, e uma relação negativa entre a vertente cognitiva e o consumo de heroína. Não foi encontrada relação entre a criatividade e o tipo de situação que leva ao consumo.

O estudo revelou-se importante na análise das situações que levam ao consumo e do papel do desenvolvimento da criatividade como via possível da reabilitação de consumidores de heroína.

*Palavras-chave:* Toxicodependência, antecedentes ao consumo de drogas, criatividade.

#### ABSTRACT

This study aims at elaborating on the connection between creativity and the reasons that lead to the use of heroin and cannabis. One hundred twenty six subjects (63 heroin users and 63 cannabis users) filled in a Portuguese version, adapted from the *Inventory of Drug-Taking Situations* (IDTS; Turner, Annis, Sklar, 1997), to evaluate the situations that lead to drug consumption; and an adaptation of *The Physiognomic Cue Test* (PCT; Stein, 1975), to evaluate their creativity. The results show that heroin users make reference to more negative situations than cannabis users, while there are no differences between both groups as to positive circumstances that lead to drug consumption. As to creativity, we found a positive correlation between the «feeling» (affective) subscale and cannabis use; and a negative relationship between the «action» (cognitive) subscale and heroin use. No relationship

was found between creativity and the situation that leads to drug use.

The study provided important data to the analysis of the situations that lead to drug consumption, and to

the role of creativity as a possible way to rehabilitate heroin users.

*Key words:* Drug addiction, reasons for drug consumption, creativity.