

ESTÍMULO À CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO: UMA NECESSIDADE PARA O NOVO CONTEXTO ORGANIZACIONAL

Gustavo Trabuco DELGADO*
Denis Wilson Negri PEREIRA**

RESUMO

Este artigo tem por objetivo demonstrar como um modelo organizacional inadequado pode contribuir para um bloqueio criativo, e também apresentar algumas medidas que podem ser adotadas para que seja estimulado o processo de criatividade e inovação e também um novo modelo organizacional.

PALAVRAS-CHAVE: Bloqueio criativo. Inovação. Criatividade. Organização.

INTRODUÇÃO

Atualmente vivemos em uma era competitiva, onde as empresas são obrigadas a utilizar-se de soluções práticas e originais para resolução de problemas, e processos inovatórios, a fim de se manterem competitivas e sempre a frente de suas concorrentes. Para que isso ocorra é necessária a existência dentro das empresas de uma cultura organizacional voltada para o estímulo dos processos de criatividade e inovação.

Para MOTTA (2003),

Em um mundo de mudanças rápidas, em que conhecimentos e habilidades necessários, já não são facilmente previsíveis, as organizações devem criar mais condições para que as pessoas liberem seu potencial criativo e promovam as inovações requeridas pelas novas circunstâncias.

Tal necessidade hoje esbarra em um modelo organizacional antiquado, em que, através de um poder hierarquizado, exige-se dos funcionários um comportamento sério e comprometido, não tolerando atitudes joviais e inovadoras por medo de se afetar a estabilidade de uma organização. Dessa maneira, este modelo organizacional contribui negativamente promovendo a desmotivação dos funcionários, como consequência um bloqueio criativo. Esses funcionários inovadores e criativos facilitados por um ambiente agradável são os que garantem a estabilidade das organizações, os tempos de Frederick Taylor e Henry Ford acabaram, esses que conseguiram fazer com que muitas pequenas empresas tornassem-se gigantes através da produção em massa e com uma filosofia de “máquina humana”, onde o funcionário não podia expressar suas idéias e opiniões eram vistos como simples “peças” da produção, não conseguiriam implantar suas idéias nessa nova era ditada pelo capitalismo selvagem onde ser igual já não basta, é necessário ser diferente, novo e único.

A criatividade não é privilégio de poucos, todos podem desenvolvê-la, assim sendo em um ambiente organizacional é responsabilidade da alta gerência criar meio e condições para que isso ocorra, assim

* Gustavo Trabuco Delgado, aluno da Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga (FATEC/TQ), Curso Superior de Tecnologia de Produção – Ênfase Industrial – guto_delgado@yahoo.com.br .

** Denis Wilson Negri Pereira, aluno da Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga (FATEC/TQ), Curso Superior de Tecnologia de Produção – Ênfase Industrial – deniswpereira@hotmail.com.

gerando funcionários motivados.

1. Definindo a criatividade e inovação

Criatividade é o processo de desenvolver algo novo, como exemplo: um produto uma nova técnica ou conceito, demonstrando sua importância para o ambiente organizacional exigido na atualidade.

Segundo SILVA FILHO (2005),

Criatividade compreende a habilidade de produzir coisas e conhecimentos novos, diferenciando-se da inteligência que pode ser definida como a habilidade de raciocinar e aprender. A criatividade tem papel de suma importância nos dias atuais, principalmente, no ambiente corporativo.

Já para VILELA (2006),

Criatividade pura é um ato mental, que consiste em última análise da capacidade de combinar sons e imagens de forma subjetivamente nova, independentemente de qualquer conexão lógica com o mundo exterior. Essa definição de criatividade desloca os aspectos novidade e originalidade, beleza, utilidade, veracidade, viabilidade e implementação para um segundo momento; criar é um ato pessoal e subjetivo, a criatividade pura vem antes da aplicada.

Fica demonstrado assim que, criatividade é a capacidade de apresentar soluções novas para problemas que surgem constantemente, e inovar conceitos já existentes. O ato de criar é particular de cada pessoa, mas para que isso ocorra é necessário que existam fatores que contribuam para tal processo.

Segundo MOTTA(2003), a inovação pressupõe que algo novo foi inventado, descoberto e projetado, por antecedência, o que indica uma criatividade prévia, sem significar que o processo criativo sempre anteceda a inovação. O que se explica é que o ato de inovar muitas vezes não é necessário que se crie algo novo, mas sim o aperfeiçoamento de algo que já exista. Demonstra-se também que podemos ligar diretamente à criatividade a inovação, pois as duas características estão ligadas ao processo inovatório.

2. O bloqueio criativo

Para SILVA FILHO (2005),

O momento criativo ocorre enquanto o cérebro não está sob pressão. O instante criativo ocorre em situações nas quais o cérebro humano está descansando como, por exemplo, quando um indivíduo está dormindo, descansando, em momento de lazer e descontração. Em outras palavras, quando o cérebro não está trabalhando sobre pressão. Portanto, para obter um ambiente criativo e inovador, é fundamental que o cérebro esteja trabalhando num ambiente criativo, isto é, aquele ambiente que oferece suporte para que a criatividade floresça. Em outras palavras, isto requer uma gestão orientada à meta de obter um ambiente de elevada produtividade.

Um dos principais fatores do Bloqueio Criativo é a organização. Muitas organizações seguem um modelo tradicionalista, o que muitas vezes vem a ser um modelo inadequado, pois nesses modelos, muitas vezes idéias inovadoras não são bem vistas, pois existe o medo de se desestruturar algo já fundamentado, assim exigindo-se dos funcionários uma postura séria e regrada. Neste modelo também o fracasso não é tolerado, sendo que a falha em um projeto pode acarretar em punição para seus participantes, além de serem superestruturadas, cheias de manuais e regras, e não contribuindo para a criação de tempo, possibilitando em entender como os trabalhos são realizados, transformando todos em máquinas, tornando todo processo monótono, além de serem hostis a personalidades divergentes.

Diante dessas características organizacionais, evidencia-se a necessidade de um novo clima organizacional para uma organização continue competitiva. Para isso é necessário que as empresas se tornem fábricas de idéias, estimulando o processo de criação e inovação.

Segundo KAO (1998), um fator que pode contribuir para o bloqueio criativo, é a falta de um ambiente favorável e falta de incentivo da organização.

3. Condições organizacionais e gerenciais na implantação de idéias

O processo de inovação é um processo coletivo que envolve, a mudança de comportamento de todos, tanto individual como grupal, buscando criar condições que levem a mudança no aspecto organizacional. Para que haja a inovação é necessário entender e compreender o ambiente e a cultura organizacional que deverá passar por mudanças.

Segundo MOTTA (2003), a inovação é um processo organizacional sistêmico e globalista, ou seja qualquer mudança que haja no contexto organizacional irá afetar toda a estrutura, desde as bases até o topo da organização, sendo necessário que quando haja uma nova idéia, também haja a coletivização dessa idéia, que a inovação não seja apenas desejo de uma pessoa, mas de todos que estejam envolvidos e serão atingidos pela mudança.

A inovação é uma decisão organizacional, como diz MOTTA (2003), o processo de inovação não ocorre por si só, é um produto da capacidade adaptativa. Cada vez mais a função gerencial é tida como uma função de inovação. Como já dito anteriormente, a inovação ocorre somente quando são encontrados obstáculos, que são necessários serem superados, e para isso é necessário que haja uma mudança no âmbito organizacional. Vejamos agora alguns desses obstáculos mais comuns:

- O sentimento de desvantagem externa, sentimento de prejuízos da organização em relação a outras organizações, esse sentimento só é superado havendo novos ganhos, e para que isso ocorra é necessário mudança de atitude da empresa;
- Imobilidade adaptativa, é incapacidade de promover mudanças na estrutura e não conseguir acompanhar o processo evolutivo do mercado;
- Marginalidade Interna, é a insatisfação de grupos de indivíduos com as políticas adotadas dentro da organização, é necessária a solicitação de mudança.

Ainda no ambiente organizacional, MOTTA (2003), define a inovação como uma processo conflitivo, pois para que algo novo seja implantado é necessária a destruição do velho, assim se faz necessário

a quebra de paradigmas, o que não é muito bem aceito, até mesmo por funcionários que resistem por medo a mudanças, medo de perda de estabilidade e medo do novo, algo incerto que não se sabe se será bem sucedido ou insucesso. Agora vejamos os fatores que promovem o bloqueio a inovação.

- A natureza da mudança, mudanças radicais são resistidas por gerentes, por se tratarem de mudanças na estrutura burocrática podem afetar cargos de executivos;
- Percepção sobre objetivos da unidade organizacional: chefes maximizam a importância de seus setores, assim resistem a mudanças nos contextos dos objetivos da empresa por medo de perda de recursos e prestígio de seus setores;
- Interesses investidos na hierarquia: chefes de nível profissional intermediário resistem a esses tipos de mudanças, pois seu status organizacional pode ser afetado.

Esses fatores demonstram tipos de resistências que pode se sofrer à resistência ao novo, mas de contra partida demonstra a necessidade de inovação, pois as aceitações dessas resistências podem provocar estagnação e prejuízo a organização.

4. Fatores que contribuem para o estímulo da criatividade

Tendo como ponto de partida a moderna teoria gerencial, nos deparamos com uma questão: Quais as condições necessárias para estimular a criatividade? – Partindo dessa questão devemos lembrar que quando estamos falando de criatividade estamos envolvendo pessoas, o que deixa habilidades técnicas de lado, exigindo habilidades de relações humanas. A seguir veremos alguns fatores que estimulam a criatividade segundo SILVA FILHO (2005):

- Apoio a novas idéias: quando surgir uma idéia, deve-se apoiar, e oferecer condições para seu desenvolvimento;
- Receptividade: estar sempre receptivo a novas idéias estimula o processo criativo.
- Ambiente adequado: oferecer um ambiente adequado, com condições adequadas para o processo criativo, exemplo (iluminação, ventilação, limpeza etc.);
- Pressão: a criatividade se desenvolve mediante a pressão moderada, nem exageradas, nem pouca;
- Autonomia: dar total liberdade para que o projeto se desenvolva;
- Punições: projetos que não obtiverem sucesso não devem ser punidos, ou seja, tolerância a insucessos;
- Premiações: prêmios em dinheiro, folgas, viagens etc;
- Reconhecimento: o reconhecimento e a parabenização estimulam a criatividade.

Assim, essas são algumas medidas que adotadas dentro de uma organização contribuem para o estímulo a criatividade, e um novo modelo organizacional.

CONCLUSÃO

O presente artigo demonstra que uma estrutura organizacional antiquada prejudica o processo de criatividade e inovação de uma organização, podendo estagnar os processos inovatórios, gerando prejuízos, tanto em termos de valores, como em vantagem competitiva da empresa, falta de estímulo

do quadro funcional e bloqueio criativo.

Fica evidenciado também que é papel das organizações promoverem meios para que os processos criativos existam, deixando claro que é necessário que uma empresa adote padrões que estimulem a inovação, para que se mantenha fortalecida em um mercado tão competitivo.

ABSTRACT

This article has the objective to demonstrate as an inadequate organizational model can contribute to a creative blockade, and also to present some decisions that may be adopted so that stimulate the creativity and innovation process, and also a new organizational model.

KEYWORDS: *Creative blockade. Innovation. Creativity. Organization.*

REFERÊNCIAS

- KAO, John. Criatividade: arte e disciplina. HMS Management, janeiro-fevereiro, 1998, p.76-82;
- MOTTA, Paulo R. *Gestão contemporânea: A ciência é a arte de ser dirigente*. Rio de Janeiro. Record, 2003.
- SILVA FILHO, Antonio M. O valor da criatividade no ambiente corporativo. 2005. Disponível em: <http://www.espacoacademico.com.br/051/51silvafilho.htm>. Acessado em 23 set.2006.
- VILELA, V.V. Você é Criativo?. 2005. Disponível em: http://www.possibilidades.com.br/criatividade/voce_eh_criativo.asp. Acessado em 12 nov. 2006.