

ERA DA CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO

Karin Caroline Rodrigues PAULINO*

RESUMO

Vista como diferencial, o pensamento criativo é a principal característica exigida aos profissionais da nova era. Onde não basta apenas ter a idéia ter criativa, mas também saber inovar com esta idéia, tanto na vida pessoal como profissional. Porém atualmente já possuímos algumas ferramentas auxiliaadoras, que pedem facilitar o processo criativo e inovador, tão exigido nas organizações modernas.

PALAVRAS-CHAVE: Idéia. Criatividade. Inovação. Organização. Nova era.

INTRODUÇÃO

Segundo Silva (2006) a chamada Era da Agricultura duraram milênios até que a Era Industrial tivesse início. Nas últimas décadas, outras transformações ocorreram. Os atuais avanços tecnológicos nos conduzem para uma nova era, a do conhecimento. Iniciou-se a Era da Informática e, agora, entramos na Era da Criatividade e da Inovação.

Nesta nova era, a informática, que antes era considerada como diferencial passa a ser imprescindível para todos e em qualquer lugar. Entretanto, a ênfase na informática vem perdendo seu espaço para idéias criativas e inovadoras de um modo geral. Isto não significa, porém que a informática está sendo substituída por essas idéias criativas e inovadoras, está apenas sendo complementada. Pois sem a criatividade, a informática fica sem sentido, por que é impossível se obter melhorias, sem inovações.

No princípio, os homens precisavam transmitir seus conhecimentos para sobreviver. Hoje são as organizações que precisam transmitir se quiserem manter-se competitivas no mercado. Além de terem que estar continuamente inovando seus processos, produtos, tecnologias, juntamente com a informática. A ênfase nos dias de hoje está, portanto, no conhecimento criativo, que possibilita adquirir um diferencial, uma atração, uma expansão de mercado e/ou mesmo uma redução de custos.

1. Criatividade e Inovação

Para Alencar (2000), criatividade tem a ver com processos de pensamento que se associam com imaginação, *insight*, invenção, inovação, intuição, inspiração, iluminação e originalidade. Criatividade é um fenômeno complexo e multifacetado que envolve uma interação dinâmica entre elementos relativos a pessoas, características de personalidade e habilidades de pensamento e elementos relativos ao ambiente, como o clima psicológico, os valores e normas de cultura e as oportunidades

*Karin Caroline Rodrigues Paulino, aluna da Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga (FATEC/TQ), Curso Superior de Tecnologia de Produção – Ênfase em Industrial – karin_paulino@yahoo.com.br

de expansão de novas idéias.

Existem várias e diferentes definições para criatividade. E estas definições podem ser vistas por várias dimensões. KNELLER (1978) identifica quatro dimensões da criatividade:

A definição correta de criatividade pertencem a quatro categorias, ao que parece. Ela pode ser considerada do ponto de vistas da pessoa que cria, isto é, em termos de fisiologia e temperamento, inclusive atitudes pessoais, hábitos e valores. Pode também ser explanado por meio dos processos mentais de motivação, percepção, aprendizado, pensamento e comunicação que o ato de criar mobiliza. Uma terceira definição focaliza influências ambientais e culturais. Finalmente, a criatividade pode ser entendida em função de seus produtos, como teorias, invenções, pinturas, esculturas e poemas.

Criatividade é sinônimo de inovar, ou seja, criar algo novo e colocar em prática. Vygotsky (1987), comparou a criatividade com a eletricidade:

Percebemos que a eletricidade está presente em eventos de diferentes magnitudes. Existe em grande quantidade nas grandes tempestades, com seus raios e trovões, mas ocorre também na pequena lâmpada, quando acendemos o interruptor. A eletricidade é a mesma, o fenômeno é o mesmo, só que expresso em intensidades diferentes. A criatividade se processa da mesma forma. Todos somos portadores dessa energia criativa. Alguns vão apresentá-la de forma magnânima, gigantesca; outros vão irradiar a mesma energia, só que de maneira suave e discreta. A energia é a mesma, a capacidade é a mesma; ela é apenas distribuída de forma diferenciada. (PEREIRA, 1998).

Todo ser humano nasce criativo, ninguém ensina criatividade para ninguém. Desenvolvê-la é apenas o ponto de partida. Ela é a etapa do processo que visa produzir novas idéias. Resumindo, criatividade consiste em ver o que todos virão e pensar o que ninguém pensou e, conseqüentemente inovar, colocar a idéia em prática, transformá-la em resultado. Segundo Einstein, "O processo criativo não termina com a idéia. Começa com ela" (AZEVEDO, 2005).

O processo é mais longo e difícil do que se imagina. Conforme Zilber (2004), transformar uma idéia em um resultado é trabalhoso. No processo criativo 5% corresponde à inspiração e 95% a transpiração. São necessárias 80 idéias para que uma de resultado. É com quantidade que se consegue atingir a qualidade. Somente 5% do que se chama criatividade é a idéia em si. O restante é liderar as pessoas para transformar a idéia em resultado. E transformar a idéia em resultado é a etapa mais complicada. Pois é preciso convencer de que a idéia é boa e criativa, e que será uma ótima inovação.

2. Criatividade e inovação nas organizações.

Adaptando o conceito de criatividade para a área de interesse da gestão e da produção, pode-se definir criatividade como o processo que resulta na emergência de novas técnicas ou um novo produto (bem ou serviço) aceito como útil, satisfatório e/ou de valor por um número significativo de pessoas em algum ponto. Inovar, como o próprio nome sugere, significa introduzir novidade, considerando a inovação organizacional como o processo de introduzir, adotar e implementar uma nova idéia (processo, bem ou serviço) em uma organização em respostas a um problema percebido, transformando uma nova idéia em algo concreto (ALENCAR, 1996).

Criatividade e inovação são fundamentais para o desenvolvimento de uma organização. Pois o pensamento criativo e inovador são fundamentais para aperfeiçoar, melhorar e/ou criar novos produtos, serviços, tecnologias e processos. Sendo, essencial para manter as organizações mais competitivas, atuantes e produtivas no mercado globalizado.

A conjuntura atual, no âmbito das organizações, favorece a inovação. O mercado consumidor é grande, as necessidades são muitas e diferentes, e as informações e tecnologias existentes são inúmeras. Portanto as organizações devem investir em criatividade e inovação. Propiciando e incentivando ações criativas, dando a liberdade de opinar, errar, aprender, com estes erros e, principalmente, de buscar alternativas de diferenciação nos produtos e serviços, estimulando seus funcionários “sair da caixa” (*be out of box* é um dos jargões da criatividade). Afinal, “estimular e investir no pensamento criativo e inovador é retorno garantido” (FELIPPE, 2006).

Segundo Alencar (1996), um dos fatores que explicam a necessidade crescente da criatividade nas organizações é a competição empresarial sem precedentes que caracteriza o momento atual. As organizações são levadas a buscar alta qualidade e baixo custo. Um segundo fator são as mudanças constantes no cenário global, reorientando a direção os negócios, reestruturando a força de trabalho, redefinindo o significado de trabalho, redesenhando os mapas organizacionais e realocando os participantes em novos papéis.

O investimento, em estimular novas idéias, não gera benefícios de satisfação apenas ao consumidor, mas também contribui para que a instituição torne-se mais produtiva competitiva e, conseqüentemente, mais lucrativa. Portanto deve-se criar, inovar ou então correr maiores riscos de perda de competitividade. Ser criativo não é apenas uma qualidade e sim um diferencial requisitado aos profissionais que desejam manterem-se firmes e atuantes no mercado. E esse ato não se restringe apenas aos empreendedores. Como também, aos empregados. É necessário que haja uma ação conjunta entre os dois, para se obter um resultado satisfatório.

Carvalho e Serafim (1995) apontam alguns procedimentos comportamentais para incentivar a criatividade nas organizações, entre eles:

- Adquirir comportamento divergente, pois o comportamento convergente pode estar preso a padrões estabelecidos ao convencional;
- Ser flexível e original;
- Estar disposto aos riscos;
- Recordar, reter e relembrar experiências;
- Discernir e observar.

Um gestor, nunca deve dizer não a uma idéia ou até mesmo oprimir, e sim incentivá-la. Deve-se ouvi-la, e estudar sua viabilidade. No caso de gerar resultados positivos, acatá-la. Do contrário, adaptá-la as necessidades, para poder desfrutar-se dela da melhor maneira possível. Afinal, como afirma o professor Benvenuti: “nenhuma idéia nasce perfeita. Dê-lhe uma chance para crescer”. (CANDELORO, 2006).

Além de aplicar o pensamento criativo e inovador nas empresas e instituições, deve-se desenvolvê-lo na educação, no relacionamento amoroso, na culinária, na composição de músicas e peças teatrais, enfim, na vida pessoal e profissional. Deixando-o fazer parte do comportamento e estilo de vida.

3. Mapa Mental

O processo criativo pode ser auxiliado por algumas técnicas. Como por exemplo, o *Mind-map* (mapa mental), criado por Tony Buzan e Barry Buzan, no final dos anos de 1960.

Leonardo Da Vinci, Picasso, Isaac Newton e Albert Einstein, já utilizavam os princípios da técnica gráfica, capaz de desbloquear o potencial criativo e a capacidade de sistematizar e absorver informações e conhecimento. Porém, “a técnica dos mapas mentais ainda é pouco difundida no Brasil, mas já é usada por diversas companhias tais como: American Express, Coca-Cola, Federal Express, Unisys, Ericsson, Visa, HP, Accenture, Siemens, Compaq, Sun, KPMG, Unilever, Ford e até pelo FBI – Federal Bureau of Investigation dos Estados Unidos” (FREITAS, 2005).

Esta técnica consiste em elaborar modelos mentais e expressá-los em uma simples folha de papel na horizontal, ou até em *software* adequado, como o brasileiro *InteliMap*. Organizando o pensamento de maneira criativa e inovadora. Através de desenhos, símbolos e poucas palavras, que partem de um único centro, a partir do qual são irradiadas as informações relacionadas. Exercendo a mesma função do cérebro, com algumas vantagens a mais. Pois ela proporciona colocar todas as informações importantes de um determinado assunto no mesmo campo visual. Podendo mantê-las estáveis na mente, facilitando a memorização e compreensão. O que poderia não ocorrer se fossem mantidas as informações mentalmente, pois se correria o risco de esquecê-las.

Cada parte do Mapa Mental é associada com o restante, fazendo uma relação entre o foco central (tema) e suas ramificações (sub-temas). Para montar um mapa é necessário ter um tema, que ocupará a imagem central, sub-temas, que são as ramificações do tema, e ramos, que expressam as imagens ou palavras-chaves relacionadas e conectadas a estrutura, compreendendo os pontos de menor importância. Utilizando vários códigos, símbolos, poucas palavras e várias cores para cada imagem, que deverão conter em toda a extensão do mapa de forma simétrica.

Na figura 1 pode-se compreender melhor como é elaborado um Mapa Mental:

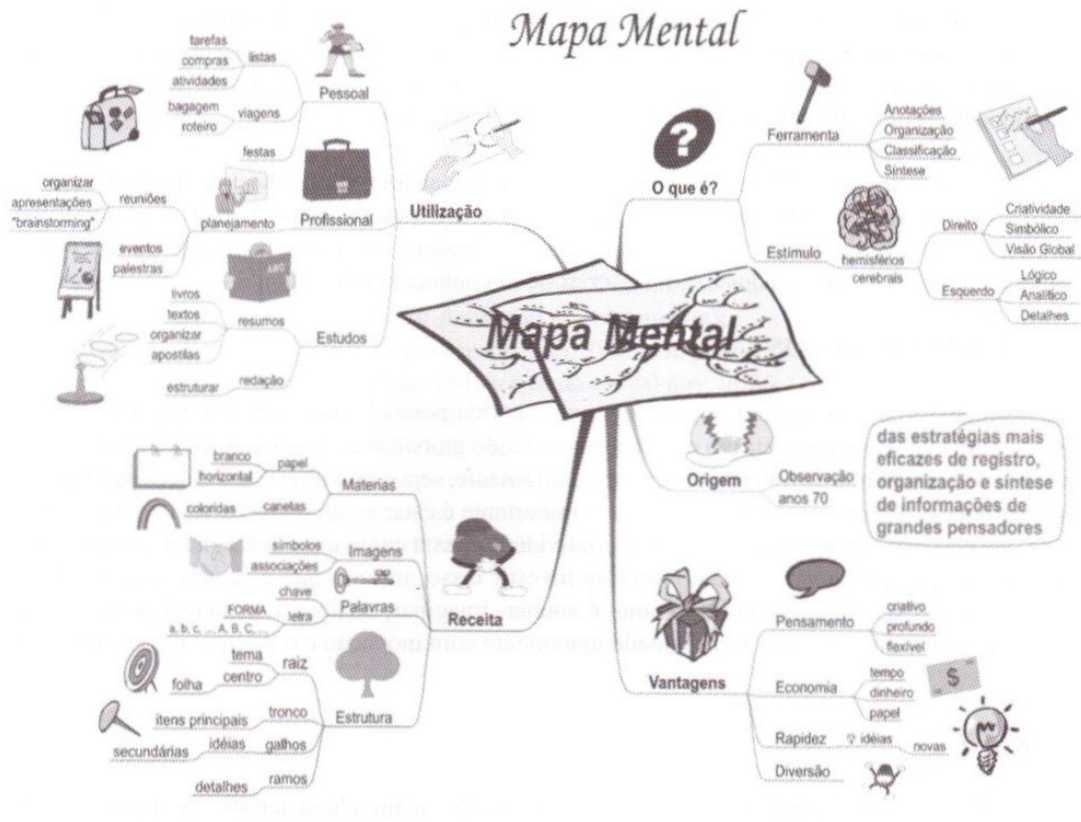


Figura 1 – Elaboração de um Mapa Mental
 Fonte: BOVO, Mapas Mentais (2003)

A leitura e compreensão de um mapa são efetuadas a partir da sua raiz (tema central), lendo um tópico de cada vez. Verificando se há alguma seqüência entre os tópicos, para poder segui-la e obter uma melhor compreensão. Dependendo do conhecimento do leitor sobre o assunto o ritmo da leitura pode ser maior ou menor.

A estrutura satisfaz à tendência do cérebro humano de buscar resolução a um contexto iniciado e permitem uma seqüência infinita de tentativas com o uso de símbolos, desenhos e palavras. Acionando a nossa base de dados, favorecendo associações, vínculos e conexões.

A técnica tenta reproduzir o mesmo método com que a mente humana trabalha as informações: idéias múltiplas interconectadas, aliadas ao uso de formas gráficas, contextuais, cores e imagens, onde uma idéia é armazenada em uma palavra, num ícone, numa imagem, permitindo uma visão global do conjunto.

É uma ferramenta muito eficiente que pode auxiliar vários processos, que além de ter um baixo custo e poder ser usado por qualquer pessoa que se identifique com o método, promove uma redução de tempo no registro de informações e dados, estimulando a memorização e desenvolvimento de todas as habilidades corticais do cérebro além de desbloquear o potencial criativo.

Gates (2005) considera os Mapas mentais como a principal área de conhecimento da economia moderna. Uma vez que, a Microsoft não possui nenhum software de mapa mental. Segundo artigo para a Newsweek, assinado por ele "... mapas mentais podem ser usados (...) para ajudar você a conectar e sintetizar idéias e dados e, no fim, criar novo conhecimento".

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta nova era, criar e inovar continuamente tanto na vida pessoal como também na profissional, é essencial para manter-se competitivo e atuante no mercado globalizado. Onde o pensamento criativo e inovador são práticas que devem ser exercitadas diariamente, seja com a ajuda de técnicas auxiliadoras para desbloquear o potencial criativo ou não. O importante é estar estimulando estas idéias criativas, mesmo que elas não gerem inovações. Pois a criatividade é vista como um diferencial para se alcançar o sucesso em qualquer lugar. Portanto deve-se investir nisso, mesmo que o retorno seja em longo prazo, pois todos são capazes. O importante é sonhar, imaginar, analisar e principalmente colocar em prática, fazer e ser diferente. Criatividade juntamente com inovação é o diferencial de sucesso da nova era.

ABSTRACT

Considered as distinguishing, the creative thought is the main characteristic demanded to the professionals of the new age. Where it is not only enough to have the creative idea, but also to know to innovate with this idea. However, currently we already possess some helping tools that can facilitate the creative and innovative process, so demanded in the modern organizations.

KEYWORDS: Idea. Creativity. Innovation. Organization. New Age.

REFERÊNCIAS

- ALENCAR, E. S. *A gerência da criatividade*. São Paulo: Makron Books, 1996.
- ALENCAR, E. S. *O processo da criatividade – Produção de Idéias e Técnicas Criativas*. São Paulo, Makron Books, 2000.
- AZEVEDO O processo criativo. 2005. Disponível em, http://www.portalexithus.com.br/php_criatividade.php?pagina=2 Acessada em 20 nov. 2006
- BOVO, V. *Mapas Mentais*. 2003. Disponível em, <http://www.idph.net/artigos/novaeducacao/mapasmentais.php> Acessado em 11 nov. 2006.
- CANDELORO, R. *Idéias e criatividade são os grandes diferenciais*. 2006. Disponível em, http://www.administradores.com.br/conteudo.jsp?pagina=colunistas_artigos_lista_paginada&idColunista=4171&pag=3 Acessado em 10 nov. 2006.
- CARVALHO, A. V. ; SERAFIM, O. C. G. *Administração de recursos humanos – vol. 2*. São Paulo: Editora Pioneira, 1995.
- FELIPPE, M. I. *A criatividade como diferencial*. 2006. Disponível em, <http://www.rhcentral.com>.

- br/artigos/abre_artigo.asp?cod_tema=518 Acessado em 10 nov. 2006.
- FREITAS, R. A. Mapas Mentais e Gestão do Conhecimento. 2005. Disponível em, <http://www.intranetportal.com.br/colab1/col8> Acessado em 11 nov. 2006
- GATES B. Como agentes inteligentes e mapeadores mentais estão levando a democracia da informação para o próximo nível 2005. Disponível em, <http://www.academianovak.com.br/evento/mapasmentais/> Acessado em 21 de nov. 2006.
- KNELLER, G. F. *Arte e ciência da criatividade*. Tradução: De J. Reis. 5. ed. São Paulo: IBRASA, 1978.
- PEREIRA, M. S. N. Onde está a criatividade? 1998. Disponível em, http://www.talentocriativo.com.br/006_Onde_esta_a_criatividade.pdf Acessado em 14 nov. 2006.
- SILVA, A. C. T. A criatividade fará o seu sucesso. 2006. Disponível em, http://www.rhcentral.com.br/artigos/abre_artigo.asp?cod_tema=244 Acessado em 10 nov. 2006
- SILVA, A. C. T. Crie, inove ou evapore. 2006. Disponível em, http://www.rhcentral.com.br/artigos/abre_artigo.asp?cod_tema=248 Acessado em 10 nov. 2006.
- VYGOSTSKY, L. S. *Pensamento e linguagem*. São Paulo: Martins Fontes, 1978.
- ZILBER S. Criatividade para alcançar resultados. 2004. Disponível em, <http://www.institutomvr.com.br/insight45.htm> Acessado em 9 nov. 2006.