

**Palestra – Gestão Estratégica da Criatividade.
Por Antônio Dourado.**

**Evento: Dia D – Comunicação Digital no Setor Público.
WeGov.**

**:: O que é criatividade?
!! Todo mundo é criativo!?**

**:: De Onde Vêm e pra Onde Vão os Criativos.
!! Equipes Criativas.**

**:: De que forma?
!! O Processo Criativo.**



I::I O que é criatividade?

É a disposição de assumir riscos.
Richard Byrd.

Criatividade é a capacidade de encontrar respostas inusitadas, às quais se chega por associações muito amplas.
Joy Paul Guilford.

O ingrediente mais importante da criatividade é o tempo.
Steven Levitt.

Criatividade não é simplesmente uma maneira de fazer melhor as coisas. Sem ela, somos incapazes de fazer pleno uso das informações e experiências que já estão disponíveis e estão presas a antigas estruturas, padrões, conceitos e percepções.
Edward de Bono.

A criatividade costuma ser compreendida, em linhas gerais, como a capacidade de ter ideias novas e inusitadas que trazem solução para problemas. Pesquisas têm demonstrado que não se trata de um dom mágico, mas de uma característica que pode ser desenvolvida e aprimorada por meio de um treinamento formal.

Inicialmente os estudos acerca do tema enfatizavam o indivíduo, mas, com o passar do tempo, essas teorias foram substituídas por teorias sistêmicas, que atribuem a criatividade não a uma pessoa ou processo isolado, mas a uma série de fatores inter-relacionados.

Bom, as minhas experiências com equipes criativas nos últimos 20 anos, algumas no serviço público, me levaram a escolher a minha definição perfeita para criatividade:

Complicar o simples é fácil. Criatividade é tornar o complicado simples.
Charles Mingos.

Depois de escolher a minha definição preferida, eu comecei – não sei porque – a visualizar a criatividade como o cinto de utilidades do Batman. Fui adicionando compartimentos e dando nome pros aplicativos:

Fator de Risco, Perguntas e Respostas, Mais tempo, Fórmulas Perfeitas, Repele Problema, Job Instantâneo, Plano B.

Nos muitos jobs, campanhas e eventos onde eu tive a oportunidade de contribuir de alguma forma com equipes eu descobri que sim, **todo mundo pode ser criativo**, mas isso não quer dizer que uma equipe de trabalho, por exemplo, atuará sempre de forma assertiva e, principalmente, criativa.

Porque, no fim das contas, ser criativo tem a ver com as escolhas. Ou seja, se menos é mais, o que deixaremos de fora quando finalizarmos o nosso projeto?

**Então, a pergunta que não quer calar é: todo mundo pode ser criativo?
E um grupo de pessoas pode interagir criativamente em prol de uma causa?**



!::! Todo mundo é criativo!?

Quando as pessoas chamam algo de original, nove entre dez vezes elas não conhecem as referências ou fontes originais envolvidas.
Jonathan Lethem.

A criatividade está em toda parte e é para todos. Observe atentamente o mundo. Eduque-se por meio do trabalho dos outros. Se entregue as influências.

Austin Kleon.

Para muitos especialistas, a criatividade é como um músculo que precisa ser exercitado, e não uma qualidade natural do ser humano.

O professor escocês, Charles Watson, especializado em Processo Criativo, ministra oficinas sobre o tema pelo mundo e defende que:

podemos ensinar as pessoas a estarem cientes do que as impede de serem criativas. Mas, se não houver motivação por parte do “aprendiz”, a criatividade não poderá ser estimulada.

Watson não acredita só no “talento” quando o assunto é criatividade, e aponta, por exemplo, pontos em comum entre as pessoas criativas: elas são motivadas, curiosas, focadas e toleram ambigüidades.

Ok. Chegamos ao ponto. Se todo mundo pode exercitar a sua criatividade, podemos presumir que: **toda equipe criativa pode se transformar na mais FORTE da galáxia, certo?**

Errado. Vamos começar falando de pessoas. Afinal, todo mundo é um universo.

O Psicólogo **Mel Rhodes** foi um dos primeiros a atribuir a criatividade a uma série de fatores inter-relacionados, e não a um indivíduo apenas. Rhodes afirmava que a criatividade enquanto fenômeno só seria plenamente entendida se estudássemos suas 4 dimensões constitutivas.

Dessas quatro, a que mais atraiu interesse dos pesquisadores foi a tal “Pessoa Criativa”. Porque certas pessoas são mais criativas que outras?

A criatividade é um fenômeno em que uma pessoa comunica um novo conceito – o produto, ao qual chega por meio de um processo mental. Como ninguém vive e trabalha no vácuo, precisamos considerar também o ambiente.

Mel Rhodes

Modelo Rhodes - As Quatro Dimensões (ou 4 P's) da Criatividade:

- pessoa;
- produto;
- processo;
- ambiente (pressão).



I::I De Onde Vêm os Criativos?

Os criativos treinam desde cedo. E observam o mundo atenta e, às vezes, freneticamente. Eles sabem que é sempre bom conhecer algo novo para ampliar o repertório.

O que nós devemos ter em mente sempre é que, a nossa vontade de conhecer outros mundos deve ser maior do que o nosso universo particular. Vamos admirar e debater o sistema solar e as infinitas galáxias. Por que não?

Atentos ao mundo e absorvendo referências, se apropriando de ideias, estudando e analisando exaustivamente os seus temas preferidos. Quanto mais atenção ao tema, mais curiosidade e mais informação pra consumir e armazenar.

O mundo é o grande armazém das ideias. Certo. Agora vamos juntar as peças. E quando misturamos alguns desses criativos em uma sala de reunião para resolver um punhado de “problemas de comunicação” ou outro job qualquer.

Como podemos saber o quão criativo cada um deles é? E, o mais importante... Será que essa equipe será realmente criativa?



I::I Equipes Criativas.

A procura do modelo ideal.

Existem formas e formas de manter uma equipe criativa funcionando R-E-D-O-N-D-O. Quase como na Fórmula UM.

Um dos estudos mais aceitos sobre ambientes organizacionais criativos é o de Göran Ekvall, professor da Universidade de Lund, na Suécia.

Durante as décadas de 1970 e 1980, Ekvall acompanhou diversas organizações de seu país e

concluiu que havia certas condições, no interior de cada organização, capazes de influenciar a criatividade das equipes.

Ok. Agora, levando em conta que todo mundo pode ser criativo e que podemos montar equipes para produzir criatividade sistematicamente, está tudo sob controle, não é? Será?



!::! De que forma?

Comunicação não é o que eu estou falando aqui. É o que você está ouvindo aí. Quando escuto o que você achou da minha ideia, vou saber o que você ouviu e poderei transformar o meu discurso.

Marcelo Tas.

Gerenciar equipes é uma tarefa para poucos.

Assim como os criativos, são muitos os profissionais em ação no mercado. Gerentes, coordenadores, executivos, secretários, diretores, analistas. Olha o Ambiente aí.

***modelo de Rhodes.**

Então hoje, se eu pudesse dar umas dicas para todos eles, eu diria:

A Gestão Estratégica da Criatividade não é uma utopia. Funciona.

Sabe como?

Conheça muito bem a sua equipe e deixe que ela te conheça também.
Entregue os seus segredos, estimule a empatia e trabalhe sempre em prol da ideia.
Entregue o trabalho que você gostaria de entregar.
Faça com que a sua equipe compartilhe uma visão criativa.
Fale francamente sobre o que deu certo e o que deu errado.
Valorize o briefing. Informação é ouro.
Conduza as reuniões de insight.

Quanto mais cabeças preparadas, pensando harmonicamente em conjunto, melhor.

Seja na publicidade, no marketing, no esporte, na música, no teatro, quando uma equipe fala a mesma língua, a mágica acontece.

Técnicas, Modelos e Sistemas.

Existem estudos e técnicas para identificarmos a potencialidade e personalidade criativa de cada integrante de uma equipe.

Técnica dos seis chapéus.

Teste Torrance do Pensamento Criativo.

Teoria da Adaptação – Inovação, o Modelo de Byrd – Creatrix.

A Teoria Sistêmica da Criatividade.

Porque é importante que uma equipe se conheça?

As reuniões e a execução dos projetos passam a fluir. É como música.

Teorias como a de **Stenberg e Lubart**, enfatizam isso. Eles alegam que o comportamento criativo resulta da junção de seis elementos:

Inteligência, Estilos Cognitivos, Conhecimento, Personalidade, Motivação e Contexto Ambiental.

Podemos perceber que praticamente todos os estudos, dos mais antigos aos mais recentes, têm pontos em comum. E um deles é:

A criatividade pode ser estimulada e muito bem usada, desde que bem empreendida.



I::I O Processo Criativo

Uma visão compartilhada das coisas evita situações do tipo “Houston, we have a problem!”.

A equipe de astronautas americanos que pousou na lua em 1969 tinha 3 integrantes.

Um escorregou quando estava descendo da nave, outro confessou estar morrendo de vontade de fazer xixi dentro do traje espacial, e o terceiro, o piloto, só ficou relaxado quando esses dois caras que saíram da nave se juntaram a ele pra viagem de volta

Isso com 850 jornalistas de 55 países prestando atenção neles.

Pra tudo isso dar certo imagina quantos briefings os caras ouviram. De quantas reuniões de brain e de pauta eles participaram? E ainda assim imprevistos aconteceram. Por isso, não podia rolar falha de comunicação entre a tripulação e os integrantes da missão na Terra.

Todo mundo tinha que se conhecer, respeitar e compartilhar a mesma visão sobre tudo aquilo.

Por isso, não importa que método a equipe usa pra se comunicar – post its, legos, murais, skype... não importa. **Tudo é válido.**

Criativos estão sempre atentos ao que está acontecendo. Antecipam problemas, colecionam soluções e repostas para perguntas que não foram nem feitas, muitas vezes.

Você pode ter o seu próprio modelo de processo criativo. Mas lembre-se: se você vai trabalhar com mais de uma pessoa, vocês precisam ter o de VOCÊS. E existem ótimos modelos:

Modelo de Alexander Hiam

1. Reconheça – Insights deflagradores da Criatividade;
2. Gere Alternativas;
3. Escolha as melhores;
4. Chegou a Solução?
5. Transfira as ideias criativas para o mundo real.
6. O que se aprendeu com o processo permite mais melhorias? Não interessa.
7. Fim da evolução do produto.

É isso.

Pra concluir. Sabe que outra ferramenta cabe perfeitamente no cinto de utilidades do criativo? A Caixinha de Aplausos. Se você preferir um termo mais “Batman”, use: CASES!

Os cases são a prova concreta para validar a criatividade enquanto estratégia.

A Gestão Estratégica da Criatividade, ou do Design, ou da Marca, exige muito trabalho. Mas funciona e muito bem.

Quando uma equipe atinge esse patamar, esse grau de interação, ela pode se dar ao luxo de manter a sua caixinha de aplausos sempre a vista. Revisitá-la, celebrá-la.

Por que todo criativo também é um pai orgulhoso.

I::I

Referências, fontes e bibliografia.

I::I

Richard Byrd, Joy Paul Guilford, Steven Levitt, Edward de Bono, Charles Mingos, Jonathan Lethem, Austin Kleon, Charles Watson, Mel Rhodes, Göran Ekwall, Marcelo Tas, Revista Galileu e Alexander Hian.

:: **Roube Como Um Artista – 10 Dicas Sobre Criatividade, de Austin Kleon (Rocco, 2013).**

:: **Criatividade e Inovação – João G. Monteiro Jr. (Pearson, 2011).**