



CRIATIVIDADE

Um passo para a inovação



Em empresas de qualquer porte, o desenvolvimento da criatividade é essencial ao processo inovador

RODRIGO LÓSSIO

Não é mais possível admitir que, em pleno século XXI, uma empresa que almeja o sucesso não tenha como lema a inovação. Mas, além disso, é preciso ter como princípio o processo criativo. É com a combinação dessas duas ações – criar e inovar – que organizações continuarão a existir nas próximas décadas e, junto a diversas ações estruturantes, manterem-se competitivas.

Segundo o professor e consultor Victor Mirshawka Junior, diretor de pós-graduação da Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP), empresas que não estimulam a criatividade entre seus funcionários tendem a desaparecer nos próximos anos. “As organizações precisam se imbuir do espírito da criatividade, já que isso faz parte do processo de inovação. Empresas que não estimulam o ato de criar no trabalho individual e em equipe não têm a capacidade de se reciclar, inovar”, indica o professor.

Mirshawka Junior é especialista em inovação e criatividade e presta consultoria para companhias, em geral de grande por-

te. Isso não significa que empresas menores não devam se preocupar com o tema. Para Mirshawka, o empreendedor por oportunidade é geralmente inovador e muito criativo. “Esse profissional perturba a ordem econômica com um novo produto ou serviço, tendo como base o processo criativo”, complementa.

Em relação a outros países, o Brasil ainda fica para trás quando o assunto é inovação. Um recente relatório divulgado pela Economist Intelligence Unit, um instituto de pesquisa internacional, compilou um ranking de 82 economias com base em seus níveis de inovação, entre 2002 e 2006. Com base nessas informações, o EIU identificou que de 2007 a 2011 o Brasil deve cair da atual 48ª para 52ª colocação, sendo suplantado por países como Polônia, Barein, Lituânia e Ucrânia.

Para Mirshawka Junior, o desenvolvimento da criatividade poderia ajudar a reverter essa queda. “É preciso instituir a criatividade como processo na empresa. No país, mesmo as organizações consideradas referência no assunto estão pouco estruturadas para criar e, acima de tudo, inovar”, avalia o especialista.

Nas organizações que atende, o especialista desenvolve uma consultoria em três níveis: instrumental, metodológico e estratégico. No primeiro, Mirshawka apresenta as técnicas para estimular os profissionais e suas equipes a pensarem de forma criativa. No segundo, apresenta as metodologias e organiza essas técnicas de criatividade na empresa. Já no estratégico, a consultoria atua influenciando principalmente os gestores e acionistas com o objetivo de modificar a cultura corporativa, e, assim privilegiar o ato de inovar – o passo final de um longo caminho. ■

As sete leis da CRIATIVIDADE

por Victor Mirshawka

1 - Domine a autocritica

A primeira e talvez mais simples providência que você pode empreender para melhorar sua criatividade é entrar em contato com o seu senso de auto-avaliação.

2 - Seja um entusiasta da mudança

A ligação entre criatividade e mudança é óbvia, pois é esse processo que permite a implementação das idéias criativas, às vezes em detrimento do já existente.

3 - Busque o diferente

Não fique no usual: leia assuntos diferentes, coma pratos exóticos, percorra caminhos alternativos, fale com pessoas de experiências diversas.

4 - Persista

Chover no molhado é preciso. Faz parte da natureza o princípio da seleção, quer seja de espécies, quer seja de idéias.

5 - Aumente seu conhecimento

Fator imprescindível à criatividade: o conhecimento formal e teórico ou o conhecimento tácito e prático de como fazer algo.

6 - “Distribua” sua criatividade

Faça com que pelo menos uma parte de seus esforços criativos beneficie outras pessoas além de você.

7 - Sonhe com o impossível

Imaginar o futuro, por mais impossível, fantástico, ou aparentemente irrealizável que pareça, além de ser sedutor, é a marca registrada dos grandes inventores, e de alguns dos grandes gênios.