

Inovação e educação requer conhecer o desconhecido: essencial às pessoas e mundo corporativo

ANTONIO MENDES DA SILVA FILHO*

“Every child is an artist.

The problem is how to remain an artist once we grow up.”

Pablo Picasso

Picasso salientou que as crianças nascem artistas. Mas, também, destacou a necessidade de tentar manter essa qualidade à medida que se torna adulta. A formação das pessoas é essencial para o desenvolvimento de suas competências (pessoais e profissionais) quando elas amadurecem. Mas, será que a educação dada às crianças, jovens e profissionais levam isso em consideração? Será que atualmente você tem medo do desconhecido? Ou de errar? Os estímulos recebidos ao longo da formação humana denotam sua habilidade criativa e inovadora essenciais ao mundo corporativo. Este artigo explora questões que podem impactar a criatividade. [1], [2], [3], [4] e [5].¹

Será que as escolas e universidades tem estimulado a criatividade?

Observem as crianças. Elas, no cotidiano, têm medo nenhum. Isso mesmo, as crianças não têm medo de errar, elas se arriscam. E, quando elas se deparam com situações desconhecidas, elas tentam e tentam, sem a preocupação com o erro. Lembre-se do que Picasso disse: “**as crianças nascem artistas**”. Mas, também, destacou a

necessidade de tentar manter essa qualidade à medida que se torna adulta.

No mundo corporativo, inovação e soluções criativas demandam exploração. Indivíduos criativos costumam usar toda e qualquer informação disponível para investigar e encontrar uma solução criativa. Exploração é uma estratégia de tentativa e erro com o objetivo de gerenciar riscos. Não se trata de um jogo especulativo. Essa estratégia requer firme propósito e planejamento. Trata-se de um mecanismo investigativo através de um conjunto de passos. Por exemplo, **médicos quando lidam com sintomas confusos e, aparentemente, não relacionados de pacientes evitam emitir diagnóstico isolado ou mesmo incompleto de alguma doença.** Ao invés, eles analisam e exploram de forma cautelosa e precisa os sintomas apresentados para determinarem a causa de uma doença e possível tratamento a ser adotado.

Soluções criativas deveriam ser encorajadas. Profissionais na posição de gerentes, diretores ou professores deveriam estimular soluções criativas. Similarmente ao exemplo acima apresentado, há situações do cotidiano

das pessoas que podem envolver uma aplicação financeira ou compra e/ou venda de lote de ações, decisão de casar-se, ou a aquisição de um bem de elevado valor para as quais a lógica não se mostra adequada. Isto se deve ao fato de, geralmente, haver insuficiente quantidade de dados ou em razão do problema não ser totalmente definido. Situações com essas peculiaridades exigem soluções, que levam em conta o contexto no qual o problema ocorre.

Lógica não resolve não se aplica a todo tipo de problema. Houve um período no qual lecionei uma disciplina que exigia dos alunos a necessidade de fazer simulações no computador em busca da solução de um problema apresentado a eles. Entretanto, os estudantes encontravam-se tão compenetrados em resolver a questão que, em alguns casos, chegaram a fazer centenas de simulações na busca de uma solução. Observei que eles tinham determinação em resolver o problema apresentado e que dispunham dos dados necessários. Embora eles tivessem dedicado tempo à coleta de dados e fossem determinados em solucioná-lo, eles esqueceram ou deixaram de lado um componente essencial: a criatividade. É comum encontrar estudantes com dificuldades em apresentar soluções para problemas mal definidos, que requer deles a necessidade de fazer suposições e inferências na busca de uma solução (criativa).

Os exemplos discutidos buscam ilustrar limitações da lógica, comparativamente a criatividade, na solução de problemas no dia-a-dia. A lógica é inadequada, por exemplo, em casos onde há insuficiência de dados ou por ela ser apenas aplicável a um nicho pequeno de problemas bem definidos. Embora a lógica seja essencial na formação e

atividades das pessoas, ela, todavia, por si só não é suficiente para tratar todos os problemas.

Uma preocupação que fica é que apenas uma minoria profissionais na posição de comando tem essa visão. No entanto, já se observa sinais de empresas interessadas em valorizar cada vez mais soluções criativas propostas por seus funcionários.

Lição para o mundo corporativo: nenhum ser humano nasce pronto.

Você é formado (construído) no decorrer de sua vida, a partir das interações que tem com outras pessoas e ambiente em que vive desde criança. Quão maior o número de experiências do ser humano, quão menor o medo de errar, maiores também são as chances de seu intelecto avançar e promover inovação. Três elementos influenciam o processo de inovação:

- Criatividade
- Serendipismo (ou habilidade de fazer descoberta por acidente ou sagacidade)
- Amor

Por sua vez, a criatividade compreende: experiências, imaginação e ser (e pensar como) criança. Quanto maior sua quantidade de experiências (de vida e trabalho), maior a probabilidade de seus neurônios promoverem sinapses na busca por soluções e ideias. Vale ressaltar que a imaginação é o combustível da criatividade. A imaginação é uma habilidade humana ilimitada. E, ser criança ou se permitir pensar como criança é essencial para o momento criativo. Por que?

Lembre-se do Picasso destacou: toda criança é um artista, não tem medo de errar.

E, com certeza:

Não há ser humano com maior capacidade de imaginação do que uma criança (que ainda não tem toda

aquela quantidade de soluções e respostas já prontas que adultos já têm).



* **ANTONIO MENDES DA SILVA**

FILHO é Professor e consultor em área de tecnologia da informação e comunicação; Doutor em Ciência da Computação pela Universidade Federal de Pernambuco.

¹ [1] *Intelecto Humano: Liderança Requer Compromisso e Compleição*, disponível em http://www.periodicos.uem.br/ojs/index.php/Es_pacoAcademico/article/view/13040/6859

[2] *Criatividade em ação: reclusão na busca do momento criativo*, disponível em http://www.periodicos.uem.br/ojs/index.php/Es_pacoAcademico/article/view/13040/6859

[3] *Criatividade em ação: dados, determinação e desejo na tomada de decisão e solução de problemas*, disponível em http://www.espacoacademico.com.br/081/81am_sf.htm

[4] *Inovação requer criatividade e informação*, disponível em <http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/10793/5843>

[5] *O valor da criatividade no ambiente corporativo*, disponível em http://www.espacoacademico.com.br/051/51silv_afilho.htm