

Ser ou não ser criativo? Eis a questão

Luiz Alberto Machado¹

“Criatividade é a inteligência se divertindo.”

Albert Einstein

Nos eventos voltados ao lançamento do livro *Economia + Criatividade = Economia Criativa*², quando havia uma parte dedicada a perguntas dos participantes, houve, invariavelmente: (i) alguém afirmando não ser criativo; ou (ii) alguém perguntando se a criatividade pode ser aprendida ou é uma característica inata das pessoas.

Apesar de haver alguma divergência a respeito, a maior parte dos estudiosos e pesquisadores converge para a ideia de que qualquer pessoa é dotada de potencial criativo, cujo desenvolvimento, maior ou menor, depende de uma série de fatores.

Não raras vezes deparei-me com questionamentos relacionando a criatividade à maior ou menor espontaneidade das pessoas. Nesses casos, prevalece a hipótese de que indivíduos espontâneos, comunicativos e que possuem facilidade para estabelecerem relações interpessoais são mais criativos do que indivíduos tímidos, retraídos e que preferem se fechar em si mesmos, exercendo a inteligência intrapessoal, de acordo com a teoria de Howard Gardner³.

Nesses casos, costumo responder afirmando que há uma diferença entre ser criativo e externalizar a criatividade. Realmente, pessoas comunicativas, descontraídas e extrovertidas têm mais facilidade para externalizar sua criatividade do que as retraídas, tímidas ou introvertidas. Isso não quer dizer que as últimas têm graus menores de criatividade do que as primeiras e há diversos exemplos que confirmam isso. Toda vez que me deparo com situações dessa natureza, me vem à cabeça a figura de Luis Fernando Veríssimo, que, apesar de sua conhecida timidez, é um dos mais criativos escritores, humoristas e roteiristas de televisão do Brasil. Sua timidez transforma suas raras entrevistas em um enorme desafio para quem tem a responsabilidade de entrevistá-lo.

Portanto, o fato de ser reservado não faz de qualquer indivíduo com essa personalidade menos criativo do que outro mais comunicativo.

Entretanto, afirmar que todos possuem potencial criativo e que é possível aperfeiçoar esse potencial não significa que seja fácil ou que qualquer pessoa seja criativa o tempo todo.

¹ Economista, graduado em Ciências Econômicas pela Universidade Mackenzie, mestre em Criatividade e Inovação pela Universidade Fernando Pessoa (Portugal), é sócio-diretor da empresa SAM - Souza Aranha Machado Consultoria e Produções Artísticas. Foi presidente do Corecon-SP e do Cofecon.

² DAVILA, Anapaula Iacovino; MACHADO, Luiz Alberto; PAULA, Mauricio Andrade de; SANTOS, Sonia Helena. *Economia + Criatividade = Economia Criativa*. São Paulo: Scriptum, 2021.

³ GARDNER, Howard. **Frames of mind: the theory of multiple intelligences**. New York, NY: Basic Books, Harper Collins s/d.

Felipe Zamana, jovem pesquisador brasileiro atualmente radicado em Portugal, no livro *Criatividade a sério*⁴, faz importantes ponderações a respeito da avaliação e reconhecimento do potencial criativo, bem como da relevância sociocultural das ideias criativas:

A evolução sociocultural explica como as ideias criativas se espalham e são reguladas dentro de uma sociedade, a fim de preservar os benefícios da criatividade para a sociedade em geral. Ela nos permite uma visão global do comportamento criativo por meio das culturas e sociedades, pois, afinal, são compostas por pessoas. Mas nossa relação com a criatividade vai além das relações socioculturais. Está literalmente em nosso DNA; do ponto de vista evolutivo, da mesma forma que estamos programados para buscar as melhores condições para perpetuar nossa prole, também queremos perpetuar nossa criatividade.

Talvez seja por isso que ansiamos tanto por sermos vistos como criativos. Além de contribuirmos ativamente para o nosso grupo, obtemos parceiros românticos, status social e o sentimento de pertencimento, todos conectados com nosso instinto de sobrevivência. Mas se a nossa criatividade está sujeita à avaliação, não é estranho pensar que a pessoa “criativa” só adquire este “título” como resultado de suas contribuições criativas. Ou seja, não se trata de “ser ou não ser” – para além do fato de que ninguém é criativo o tempo todo –, mas de ter *potencial* para agir criativamente ou não. O reconhecimento é importante, mas sem a realização de trabalho criativo, há pouco a reconhecer. A única maneira de ser considerada uma pessoa criativa é fazer coisas criativas ou agir de forma criativa, repetidamente. Portanto, nesta perspectiva, a eminência criativa não deve ser usada para descrever a reputação da pessoa ou mesmo a criatividade pessoal, mas sim para descrever as contribuições criativas que a pessoa fez para o ambiente sociocultural naquele recorte de tempo específico, e se essas contribuições têm o potencial de influenciar novas manifestações criativas no futuro. Em outras palavras, você não precisa ser criativo, mas as suas ideias, sim.

Floriano Serra, um executivo do setor farmacêutico que foi pioneiro, entre nós brasileiros, a enveredar pelos caminhos da criatividade, afirmou que uma das maiores dificuldades das pessoas para desenvolverem seu potencial criativo reside no despreparo para assumir riscos e na falta de coragem para abrir mão de certezas há muito enraizadas. No livro *Por que não?*⁵, ele afirma que para desenvolver o potencial criativo é preciso aprender a desaprender, que consiste em rever, questionar, atualizar ou descobrir novos valores, crenças, preconceitos, paradigmas e percepções (Figura 1).

⁴ ZAMANA, Felipe. *Criatividade a sério*: Por que suas ideias são mais sobre nós do que sobre você. O livro encontra-se em campanha de pré-lançamento e o autor fez uma apresentação do mesmo na sessão portuguesa do World Creativity Day.

⁵ SERRA, Florian. *E por que não?* São Paulo: Editora Gente, 1992.

O desenvolvimento do potencial criativo começa com

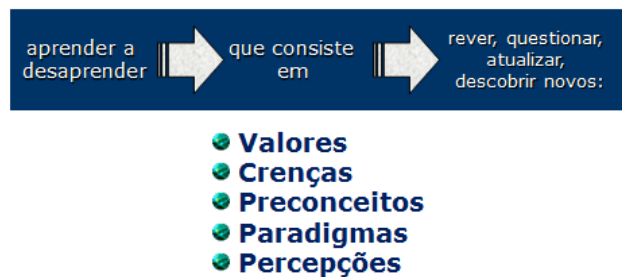


Figura 1 – As “lentes” através das quais enxergamos o mundo, na visão de Floriano Serra.

Esses valores, crenças, preconceitos, paradigmas e percepções funcionam como uma espécie de lentes por meio das quais cada um de nós enxerga o mundo.

O problema é que às vezes essas lentes são tão potentes que, ao invés de nos permitirem enxergar a realidade como ela é, elas deturpam a realidade toda vez que essa realidade conflita com os valores, as crenças, os preconceitos, os paradigmas e as percepções embutidos nessas lentes.

E por que essas lentes são, às vezes, tão potentes?

Porque foram formadas e sedimentadas ao longo de toda a vida, sendo-nos transmitidas muitas vezes por pessoas ou instituições pelas quais temos grande apreço. Sendo assim, essas lentes atuam como bloqueadoras do nosso potencial criativo.

Floriano Serra lembra, com grande propriedade, que há uma fase na vida das pessoas em que a palavra que escutam com maior frequência é a palavra “não”. A palavra que ele utiliza para se referir ao efeito bloqueador dos frequentes “nãos” é proibições e os outros cinco “pês” bloqueadores são pais, professores, patrões, preguiça e perfeição, entendida esta última como a busca obsessiva da perfeição, que se transforma em obstáculo para inúmeras pessoas que não fazem quase nada por acharem que sempre falta alguma coisa. Trata-se do famoso “em busca do ótimo, não se faz o bom” (Figura 2).

OS SEIS “PÊS” BLOQUEADORES

1. Pais
2. Professores
3. Patrões
4. Perfeição
5. Proibições
6. Preguiça
7. _____



Figura 2 – Os seis “pês” bloqueadores.

Seguramente você é capaz de adicionar outros “pês” bloqueadores a essa lista, não é mesmo?

Quem não tiver coragem de rever, questionar, atualizar, desconstruir, ressignificar (expressões da moda) ou descobrir novos valores, crenças, preconceitos, paradigmas e percepções, muitos dos quais transmitidos por nossos pais, parentes, pela antiga e admirada professora do jardim de infância – a “tia” – dificilmente conseguirá pensar ou agir fora da caixa, permanecendo a vida toda fazendo as coisas como sempre foram feitas.

Outro autor que se consagrou analisando os bloqueios mentais foi Roger von Oech, no livro *Um toc na cuca*.⁶ Neste artigo, porém, vou me referir a outro aspecto examinado por Oech, mais relacionado à complexidade requerida de uma pessoa para desenvolver seu potencial criativo. No livro *Um chute na rotina*⁷, Oech discorre sobre os diferentes personagens que uma pessoa deve estar preparada para representar nas diversas etapas da solução criativa de um problema. Os quatro personagens apontados por Oech são:

- *Explorador* – O personagem responsável pela coleta de informações. Portanto, ao sair em busca da maior quantidade possível de informações acerca do problema a ser resolvido é preciso agir como um explorador.
- *Artista* – O personagem que transforma informações em novas ideias. Portanto, ao trabalhar sobre os dados coletados pelo explorador transformando-os em novas ideias é preciso adotar a atitude de um artista em ação.
- *Juiz* – O personagem que avalia e decide sobre os destinos de uma ideia. Portanto, ao considerar as diversas possibilidades decorrentes das atividades do explorador e do artista, a tomada de decisão deve ser feita com a postura de um juiz.
- *Guerreiro* – O personagem responsável por transformar as ideias em realidade, colocando-as em prática. Como toda ideia criativa representa uma novidade, algo

⁶ OECH, Roger Von. *Um “toc” na cuca*. Tradução de Virgílio Freire. Ilustrações de Claudia Scatamacchia. São Paulo: Cultura, 1993. Este livro foi relançado em comemoração aos 25 anos de sua publicação original. No Brasil, a nova edição revista e ampliada recebeu o título de *Tenho uma ideia*: como ser mais criativo e ter seus melhores insights. Rio de Janeiro: Best Seller, 2011.

⁷ OECH, Roger von. *Um chute na rotina*. Tradução de Cecília Prada. São Paulo: Cultura, 1994.

desconhecido, é natural que enfrente elevado grau de resistência. Portanto, ao colocar as ideias em prática, é preciso agir como um guerreiro.



Figura 3 – Os personagens que devem ser representados pelas pessoas criativas na visão de Roger von Oech.

Em suma, todos possuem potencial criativo e, diante da reconhecida importância atribuída à criatividade no mundo atual, é mais do que recomendável inteirar-se do assunto e procurar aperfeiçoar a própria criatividade.