

COMO SAIR DA CRISE?



<https://doi.org/10.22533/at.ed.268152524017>

Data de aceite: 13/02/2025

Márcio Greyck Antério Soares

Pastor (Distrito de Senador Guimard)
na Associação Norte Rondônia e
Acre (ANRA). Mestrado em Estudos
Teológicos – UNASP/EC; Bacharel em
Teologia – UNASP/EC; Pós-Graduação
em MBA Liderança Pessoal e Eclesiástica
– UNASP/EC; Pós-Graduação em
Coaching e Liderança – Universidade
Católica Dom Bosco – UCDB, Campo
Grande – MS; Pós-Graduação em MBA
em Liderança Sustentável e Coaching
Executivo – FDA/RS; Pós-Graduação
em Neurolinguística – FVI/ES; MBA em
Liderança e Desenvolvimento de Pessoas
– UNICORP/PB

RESUMO: Desde que há mundo existe crise, são tantas as crises: crise no casamento, crise existencial, crise de auto estima, crise na saúde, crise financeira. Então a pergunta é: como tirar proveito da crise? A palavra crise compõe-se de dois caracteres: um representa perigo de fracasso e o outro representa oportunidade de sucesso. Que caminho você trilhará?

PALAVRAS-CHAVE: Crise, Criatividade, Inovação

INTRODUÇÃO

Desde que há mundo existe crise, são tantas as crises: crise no casamento, crise existencial, crise de auto estima, crise na saúde, crise financeira. Então a pergunta é: como tirar proveito da crise? Não importa que sacrifício isso possa envolver, mas uma coisa é certa, se você quer sair bem da crise, você precisa olhar para alguns pontos crucialmente importantes.

Então, o que se faz necessário? Este é o propósito deste material, elucidar as possíveis respostas a esta questão, entretanto é necessário que haja um ambiente propício pensar de forma diferenciada, com criatividade e desafiador. A capacidade de criar e inovar estão presentes em todos nós, basta observarmos alguns momentos do nosso dia a dia.

DESLIQUE-SE DO PASSADO

Resultados passados ou vitórias passadas não necessariamente refletem ou garantem o desempenho ou vitórias futuras. Em tempos de crise, ficar referindo toda hora a situações passadas também não irá garantir seus resultados futuros muito menos mudar a situação atual. Portanto se você quer saber como sobreviver à crise, uma boa dica é deixar histórias do passado em seu devido lugar, no passado. Encare o momento de dificuldade como um novo desafio e vença. (VALLE, 2016)

SAIA DA ZONA DE CONFORTO

Momentos de crise são também momentos de oportunidades, por isso, se você quer saber como sobreviver à crise, tenha em mente que será necessário buscar novos caminhos e sair da zona de conforto, e isso passa também pela zona da oportunidade, rompe as barreiras e passa a conquistar um novo espaço. Quando escrito em chinês a palavra crise compõe-se de dois caracteres: um representa perigo e o outro representa oportunidade (John Kennedy)¹.

Há um relato na Bíblia em Êxodo capítulo 2 e 3, que o momento mais incrível da caminhada de Moisés como líder de Deus aconteceu na sarça ardente. A decisão que Moisés tomou ali naquele dia escreveu os próximos quarenta anos de sua vida. Moisés continua a descrever o que teve de se submeter para sair da zona de segurança e passar para a zona de fé.

Após deixar o Egito, Moisés passou os próximos quarenta anos no deserto de Midiã, cuidando de rebanhos. Acabou por se acostumar com estilo de vida que tinha ali. O deserto tornou-se outra zona de segurança para Moisés. Jetro o acolheu e fez dele um membro de sua família. Moisés tomou uma das filhas de Jetro por esposa e eles tiveram um filho. Moisés tinha uma posição segura nos negócios da família. Uma vez que Jetro não tinha filhos somente filhas, Moisés tornou-se o seu herdeiro legítimo. Por que ele iria querer abandonar tudo isso? Ele havia forjado uma nova vida para si e, embora não fosse em um palácio, sua vida era muito confortável. Ele havia deixado o Egito de modo definitivo e feito uma completa mudança. Ou, pelo menos, era o que ele pensava.²

“No inferno os lugares mais quentes são reservados àqueles que escolheram a neutralidade em tempo de crise”. (Dante Alighieri, 2016)³.

1. Informações a respeito em < http://pensador.uol.com.br/autor/john_kennedy/>. Acesso em 22 fev 2016

2. Sermão apresentado pelo Pr. Márcio Greyck na Igreja Nova Esperança – Novo Airão/AM no dia 13/02/2016, Tema: Viva na zona de fé, e não na zona de segurança.

3. Informações a respeito em < http://pensador.uol.com.br/autor/dante_alighieri/>. Acesso em 22 fev 2016

Para Maxwell (2014, p. 182) ao prosseguir na vida e no trabalho para alcançar o sucesso, lembre-se de que o progresso exige risco, leva ao fracasso e oferece muitas oportunidades de aprendizagem. Toda vez que você tentar algo novo, você deve arriscar. Isso é apenas uma parte do aprendizado. Mas há uma arte para gerir esse risco, e trata-se de coordenar de forma eficaz as duas zonas para o sucesso que você tem em sua vida: a sua zona de resistência, onde você faz o seu melhor trabalho; e sua zona de conforto, onde você se sente seguro.

Para maximizar o seu sucesso, você deve tirar o melhor dos seus sucessos e fracassos. Para fazer isso, você precisa entrar em sua zona de força, mas sair de sua zona de conforto.

Dê uma olhada em como isso funciona (Maxwell, 2014):

Zona de Resistência	Zona de Conforto	Resultados
Fora da sua Zona de resistência	Fora da sua Zona de conforto	Mau desempenho Ganhar é impossível
Fora da sua Zona de resistência	Dentro da sua Zona de conforto	Desempenho Mediocre ganhar é impossível
Dentro de sua Zona de resistência	Dentro da sua Zona de conforto	Bom desempenho ganhar é possível
Dentro de sua Zona de resistência	Fora da sua Zona de conforto	Ótimo desempenho ganhar é contínuo

No artigo como se preparar para crise de 2016, Valle cita um ponto *crucialmente importante*⁴ que é a criatividade.

Uma das boas lições que se pode extrair de uma crise econômica ou qualquer outra é que toda crise traz consigo uma parcela de crescimento e maturidade para enfrentar isso, o incentivo é a criatividade. Coloque sua criatividade e de seus colaboradores para trabalhar. Esteja aberto a sugestões não crie qualquer tipo de barreira a mudança. (Alberto Valle, 2016, p. 3)

Há um quebra cabeça clássico mostrando o poder do pensamento criativo que às vezes compartilho com as pessoas as quais ensino. Aqui está: usando quatro linhas retas, conecte todos os nove pontos abaixo, sem cruzar o mesmo ponto duas vezes ou levantar o lápis do papel.

Você resolveu? A maioria das pessoas tem dificuldade ao tentar pela primeira vez. O segredo é que *you precisa sair da caixa!* (Se você ainda não sabe como resolve-lo, pode encontrar a solução no final. Sair da caixa é a chave para a maior parte do pensamento criativo, que pode ajudá-lo a continuar crescendo e aprendendo. O problema é que a maioria de nós acredita que *devemos* ficar dentro da caixa, permanecer dentro das linhas, e assim por diante.

4. McChesney explica as 4 disciplinas da execução e a primeira é foque no crucialmente importante. McChesney, Chris et al. *As 4 disciplinas da execução: garanta o foco nas metas crucialmente importantes*. (Rio de Janeiro: Elsevier, 2013), p. 12-13.

A criatividade é a capacidade de livrar-se das fronteiras imaginárias para ver nossos relacionamentos e para explorar as opções, a fim de que você possa realizar mais coisas de valor. O que impede as pessoas de atingir o seu potencial são todas as “fronteiras imaginárias” que elas têm permitido aprisionar seu modo de pensar e realizar. Opções maravilhosas e variáveis são as recompensas por se tornar mais criativo (MAXWELL, 2014, p. 179).

Criatividade e inovação nas organizações é tão importante quanto as finanças, gestão de pessoas, marketing, planejamento, enfim. Portanto inovar tem o significado de fazer diferente do tradicional, de ter uma nova ideia e colocar na prática essa nova ideia. Assim, podemos afirmar que o processo de inovação requer a criação de algo novo, cujo resultado é o que se espera. Neste aspecto, a inovação é uma somatória de dois fatores: a criatividade e ideias novas. Porém, não basta ter ideias novas, é necessário que essas ideias sejam implementadas.

DESENVOLVENDO A CRIATIVIDADE

Os ativadores criativos permitem exercitar, desde uma perspectiva sistemática, a criatividade, a imaginação e a fantasia. Como já mencionado, as pessoas são dotadas de potencialidade transcendental para mudança, progresso e realização pessoal e profissional (PRADO 1987, p. 1-4).

Para Mihaly Csikszentmihalyi, psicólogo que elaborou a teoria sistêmica da criatividade (cit. in Alencar, 2003, p. 6):

(...) criatividade não ocorre dentro dos indivíduos, mas é o resultado da interação entre os pensamentos do indivíduo e o contexto sociocultural. Criatividade deve ser compreendida não como um fenômeno individual, mas como um processo sistêmico.

Segundo ele, os sistemas envolvidos no processo criativo são:

- **Indivíduo:** os traços de personalidade mais o impacto causado pelo meio no qual ele viveu. Ambientes propícios à criatividade favorecem o comportamento criativo.
- **Domínio:** o conhecimento acumulado sobre o assunto, o qual foi absorvido e compartilhado pela sociedade. Quanto mais domínio do conteúdo, maior a possibilidade de encontrar soluções criativas.
- **Campo:** os agentes têm o poder de “julgar” a performance do processo criativo. Pesquisador de ponta em criatividade e psicólogo positiva, Mihaly Csikszentmihalyi diz que “criatividade é qualquer ato, ideia ou produto que muda um campo já existente ou que transforma um campo já existente em outro novo” (Pearson, 2011, p. 6).

Para Castilho (2013), a metodologia e técnica para ativar a criatividade podem fazer parte das ferramentas usadas na condução dos processos de coaching. Sem elas, a mudança desejada e diferenciada seria morosa e árdua.

Prado (1987, p. 27-29) apresenta os 18 ativadores criativos e seus respectivos objetivos, distribuídos em quatro categorias: Procedimento criativo de análise; ativadores criativos de busca e síntese categorial; procedimentos lógicos de solução, projetos e aplicação inovadores, e técnicas criativas de transformação fantástica.

Em primeiro lugar, essa técnica possibilita a criação de um clima de espontaneidade e expressividade indispensáveis ao desenvolvimento das capacidades criadoras do indivíduo e do grupo.

Criar um ambiente de crescimento Intelectual

Um dos fatores mais importantes no crescimento intelectual dos liderados é o próprio ambiente de convívio.

IDEIA 1: Crie projetos desafiadores. Existem muitas pessoas que se motivam com projetos desafiadores. Estes projetos podem ser fonte de crescimento intelectual dos liderados.

IDEIA 2: Estimule a troca de ideias. Crie pontos de encontro entre líderes para a troca de ideias e *brainstorming*. Alguns líderes ou coordenadores convidam oradores de fora do grupo para estimular a troca de ideias entre estes e os liderados.

Castilho relaciona 18 ativadores de criatividade e seus tipos que são:

Atividade criativo de tipo 1: Procedimento de Análise.

Ativador criativo	Objetivo/Efeito
	<ul style="list-style-type: none">• Esgotar ideias;
1. Tormenta de Ideias (TI)⁵	<ul style="list-style-type: none">• Ter fluência e flexibilidade ideacional;• Desenvolver livre expressão.• Romper com sentido unívoco da palavra;
2. Jogo Linguístico	<ul style="list-style-type: none">• Criar novas palavras;• Reinventá-la.
3. Desmanche de frases	<ul style="list-style-type: none">• Reestruturar combinatoriamente a frase ou o enunciado;• Encontrar o sentido oposto, o diferente.
4. Análise recreativa de textos	<ul style="list-style-type: none">• Recriar os títulos, compondo outros os mais originais possíveis.
5. Leitura recreativa de imagem	<ul style="list-style-type: none">• Traduzir uma imagem em mil palavras, ler sua mensagem e sua forma, cor, conteúdo, transformá-la. (CASTILHO, 2013, p. 123)

Ativadores criativos de tipo 2: Busca e síntese categorial

5. A denominação original **Brainstorm** é de Alex Osborn e foi proposta como uma técnica grupal de desenvolvimento da influência ideativa dos sujeitos e de contribuição livres de sugestões originais e inovadoras. No entanto, a “*tormenta de ideias*” foi também desenvolvida e enriquecida por Sidney Parnes, David de Prado. Castilho, Marta Andrade, *criatividade no processo de coaching*. (São Paulo: Trevisan Editora, 2013), p. 129. Palavra inglesa que tem como significado “juntando ideais”.

6. Busca interrogativa

- Acostumar-se a encontrar perguntas antes das respostas, “estar afiado” para questionar.

7. Integração divergente categorial

- Saber perguntar sem deixar escapar nada, dar um novo sentido e forma original às perguntas.

8. Flexibilidade e agilização mental

- Ser capaz de elaborar um discurso com sentido e organização lógica de modo abundante sobre o supérfluo, usual, desconhecido ou estranho. (CASTILHO, 2013, p. 124)

Ativadores criativos de tipo 3: Procedimento lógico de solução, projeto e aplicação inovadores

9. Pós e contras, alternativas

- Explorar o real em sua dimensão dinâmica positiva (prós e vantagens) e negativas (contras, desvantagens, dificuldades, lacunas).
- Prever consequências positivas / negativas de qualquer ação e prevenir como atacá-las.

10. Projeto vital

- Planejar de modo realista projetos de ação vital, de empresas novas ou de invenção de recursos ou trabalhos originais.

11. Biônica

- Derivar de um fenômeno ou estrutura funcional de um ser vegetal ou animal, uma tecnologia útil.

12. Solução criativa de problemas

- Apresentar problemas de modo chamativo, exagerado, novo e dar passos para uma solução elaborada. (CASTILHO, 2013, p. 125)

Ativadores criativos de tipo 4: Transformação fantástica

13. Metaforizarão analógica

- A produção de metáforas cria sentido, amplia a significação e possibilidade de interpretação do fenômeno.

14. Analogia inusual

- Comparar o incomparável (sapo – carro) para encontrar semelhança em dois objetos diferentes para criar um terceiro objeto.

15. Máquina transformadora

- De um artefato, ideia ou objeto, converte-lo em outro diferente.

16. Metamorfose total do objeto

- Transformar totalmente um objeto em todos os seus elementos materiais, formais, funcionais, relacionais.

17. Relaxamento imaginativo

- Relaxar identificar-se com um processo natural. Exemplo: “imagine-se uma gota de água que cai da nuvem como chuva”.

18. Imitação transformadora

- Fomentar o espírito inovador e produtivo para além da imitação reprodutiva. Exemplo: charges, textos publicitários, objetos, quadros, títulos de imprensa. (CASTILHO, 2013, p. 126)

Prado, (1987, p. 33) apresenta algumas normas para que o processo criativo individual ou grupal seja lúcido e eficaz:

- a. Não recusar nem censurar nenhuma ideia, por mais absurda e sem sentido que pareça.
- b. Registrar a ideia com todos os detalhes.

“Nunca se deve perder de vista o processo cerebral - mental divergente – criativo - imaginativo e convergente – avaliativo – crítico – classificatório - planejador, que devem caminhar sempre lado a lado, finalizando na execução experimental controlada, que se manifestará em produto, objeto ou inversão”. Prado (1987, p. 31)

INOVAÇÃO

É importante que se diga que a palavra “inovar” deriva do latim *in+novare* que significa alterar, renovar, fazer novo. Portanto inovar tem o significado de fazer diferente do tradicional, de ter uma nova ideia e colocar na prática essa nova ideia. Assim, podemos afirmar que o processo de inovação requer a criação de algo novo, cujo resultado é o que se espera. Neste aspecto, a inovação é uma somatória de dois fatores: a criatividade e ideias novas. Porém, não basta ter ideias novas, é necessário que essas ideias sejam implementadas.

O processo de Inovação

O que é preciso para ser inovador? Você já deve estar pensando na resposta. Para elucidar essa questão, vejamos a história de Dick Fosbury⁶, atleta em salto em altura. Até 1968 esse salto era realizado com o corpo de frente para a barra. Fosbury inovou ao saltar virando as costas para a barra. Esse estilo ficou mundialmente conhecido como estilo Fosbury⁷.

Podemos citar também, como exemplo de empresa inovadora e criativa da atualidade o *Circo de Soleil*. Apenas da sua estrutura complexa em quantidade de artistas e funcionários, lidando com as diferenças de culturas e idiomas, a todo o momento procura criar, inovar. Lidando com riscos e desafios, produz encantamento ao público. Isso é que move a empresa.⁸

Barley e Hesterly (2007, p. 50) comentam sobre o processo de inovação: “Os processos, baixados dessa forma seus custos, tornando-as mais competitivas. A competitividade sempre deve estar voltada para o crescimento, que sem dúvida está relacionada a alguma atividade empreendedora.

Barley e Hesterly (2007) afirmam que nos estágios iniciais de desenvolvimento de um setor, a inovação de um produto é muito importante, porém ao longo do tempo a inovação do produto passa a perder um pouco de importância e inovação que têm por propósito reduzir custos de produção, melhoria da qualidade dos produtos e aperfeiçoamento dos processos a ter maior importância.

A visão de que o aprendizado é somente de responsabilidade da área de Recursos Humanos ficou para trás, hoje essa visão tornou-se o que chamamos de Gestão do conhecimento, onde a responsabilidade pelo aprendizado passa a ser de todos, dos colaboradores e da empresa. Uma visão moderna orienta que a Gestão do Conhecimento faz parte do negócio da organização.

6. Informações a respeito em https://pt.wikipedia.org/wiki/Salto_em_altura. Acesso em 04 mar 2016

7. Veja o vídeo que elucida esse grande exemplo de inovação. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=RY_u-rlh7ME>. Acesso em 04 mar 2016.

8. Apresentação do Cirque du Soleil, disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=P4C80BRpRu8>> Acesso em 27 fev 2016

Então temos criatividade, inovação e conhecimento estes estão interligados, mas você pode estar pensando, isso me ajuda a sair da crise? E como ajuda, o manual de Oslo cita quatro tipo de inovação.

Na segunda edição do Manual de Oslo (1997) ocorreu a expansão dos conceitos de inovação voltada para os Serviços. A terceira edição do Manual de Oslo de 2005 passou incorporar dois tipos de inovação: de marketing e organizacional, conceitos testados em vários países. A partir dessas publicações, o Manual de Oslo se tornou uma das principais referências sobre inovação em nível mundial.

Para corroborar, Terra (2007, p. 35-39), citou as “Dez práticas para a produção de conhecimento”. Que as empresas devem adotar para se tornarem mais inovadores e criativas:

1. Estabelecer desafios de aprendizado;
2. Foco no talento e na diversidade;
3. Parar a linha de montagem;
4. Abrir a organização;
5. Incentivar contatos diretos com os clientes;
6. Desenvolver cenários;
7. Desenvolver processos de inovação;
8. Flexibilizar o ambiente de trabalho;
9. Prover experiências;
10. Celebrar a inovação.

Tipos de inovação

Portanto, o Manual de Oslo defende a premissa de quatro tipos de inovações: nos **Produtos, Inovação de Processo, de Marketing e Organizacionais**, apresentando assim o conceito de inovação:

Uma inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas. (MANUAL DE OSLO, 2005, p. 55)

De uma forma resumida podemos afirmar que a criatividade envolve a descoberta de novas maneiras do antigo conhecimento, a criatividade é gerada por intermédio das pessoas, sendo que a pessoa criativa é aquela que gera novas ideias e aplica essas novas ideias. E você é criativo? Outra questão é por que algumas pessoas saíram da crise e outras não? E as que sai, sai bem melhor do que quando entraram na crise.

Pessoas eficazes orientadas para inovação e a criatividade

Uma pessoa criativa é aquela que tem a mente aberta para o novo, além disso, possui algumas características como curiosidade, capacidade de ver as coisas sob um ângulo diferente, tem perseverança, e autoconfiante, tem humildade para perceber os próprios limites e pedir ajuda, além de ter a capacidade de perceber que uma ideia nova pode ser útil.

São características que não estão presentes em todas as pessoas, entretanto podem ser treinadas. Compare por exemplo, com um jogador de xadrez que quanto mais treina, mais terá habilidade nas suas estratégias nas jogadas e encontrará maior facilidade para derrotar seus adversários, ou no seu caso, a crise.

Para sair da crise você precisa ter mais do que apenas desejo de sair. Inovação requer persistência nos propósitos, uma vez que barreiras sempre existirão.

Ducker (apud Fialdine e Mirshawaka, 1996), comenta que o gerente ou a instituição precisa entender três questões da inovação:

- a) O que ser feito para transformar o sonho da invenção para a inovação?
- b) O que não se deve fazer quando se busca a inovação?
- c) Que condições são necessárias para chegar à inovação?

Drucker afirma que requer que haja iniciativa, informações e ideias. Também é necessário que os inovadores se centrem nos seus pontos considerados fortes e é essencial que toda inovação tenha o objetivo de atingir o mercado.

Os estudiosos apontam várias teorias, métodos, modelos, por exemplo: Osborn⁹ desenvolveu a técnica de *brainstorming*, Mel Rhodes, que analisou que a criatividade é originada quando a pessoa desenvolve um novo conceito, então Rhodes concluiu que somente haveria criatividade se todos esses fatores fossem estudados e entendidos em conjunto (Pessoa, processo e produto).

Analisando os autores e suas técnicas e modelos de criatividade e inovação relaciono os mais gabaritados dentro do estudo de criatividade que são:

1. Autor: Alex Osborn

Técnica: *Brainstorming*¹⁰

Característica: É levantar possíveis causas dos problemas e não as Soluções.

2. Autor: Michael Kirton

Técnica: Teoria KAI (Adaptation-innovation Theory)¹¹

Característica: Características de inovadores e adaptadores.

9. Alex F. Osborn (1888-1966) foi autor de uma importante técnica de criatividade denominada de *brainstorming*.

10. Fonte: adaptado de VanGundy (apud Pearson Education do Brasil, 2011)

11. Fonte: Puccio (1999)

3. Autor: Richard Byrd

Técnica: Modelo Creatrix de criatividade¹²

Característica: Adota uma matriz que relaciona a motivação para a criatividade e a disposição para assumir riscos.

4. Autor: Teresa Amabile

Técnica: Modelo KEYS¹³

Característica: São estímulos da criatividade e dois que são considerados inibidores à Criatividade.

5. Autor: Mel Rhodes

Técnica: Desenvolveu o modelo das quatro dimensões da criatividade¹⁴

Característica: Pessoa, produto e ambiente (pressão), Rhodes concluiu que somente haveria criatividade se todos esses fatores fossem estudados e entendidos em conjunto.

6. Autor: Byrd e Brown

Técnica: Fatores de criatividade e de disposição para assumir riscos¹⁵

Característica: Propuseram trabalhar quatro fatores da disposição da criatividade e três fatores da disposição de assumir riscos.

7. Autor: Alexander Hiam

Técnica: Modelo Hiam¹⁶

Característica: Apresenta um modelo de sete etapas para o processo criativo que é: reconhecimento dos Insights, geração de alternativas, repetição das etapas 2 e 3, transferências das ideias para o mundo real, aprendizado obtido do processo criativo, finalização do produto/serviço. (Elaboração própria)

São tantas as teorias e modelos como os métodos e as técnicas para chegar a um processo de criatividade, tudo isso é muito importante para o campo da pesquisa, mais o que eu digo aquele pai de família que está passando por uma crise? Que ele use o método KAI, a técnica de Alex Orborn ou modelo KYS, Puccio (1999) apresenta um resumo das características existentes entre as pessoas consideradas adaptadores e inovadores. Existe algo mais simples, sim a necessidade de querer mudar de sair do quadrado, é esse desejo ou olho de inovar o que já existe que as coisas simples tornaram extraordinário. Para melhor entendimento do assunto, leia a seguir como surgiu a Velcro¹⁷

12. Fonte: Adaptado de Guastello (2002)

13. Fonte: Adaptado de Academia Pearson (2011)

14. Fonte: Adaptado de Rickards (1999)

15. Fonte: adaptado de Academia Pearson (Apud Byrd e Brow, 2011)

16. Fonte: Adaptado de Hiam (apud Mirshawka, mirshawka, 2003)

17. Disponível em <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Velcro>>. Acesso em 04 mar 2016

O velcro foi inventado em 1941 por Georges de Mestral, um engenheiro da Suíça. Ele inspirou-se após analisar atentamente as sementes de *Arctium* que grudavam constantemente em sua roupa e no pelo de seu cão durante suas caminhadas diárias pelos Alpes. Georges examinou o material através de um microscópio e distinguiu diversos filamentos entrelaçados terminando em pequenos ganchos, causando a potente aderência dos carrapichos nos tecidos. Por fim concluiu ser possível a criação de um material para unir dois materiais de maneira reversível e simples. Desenvolveu o produto e submeteu a ideia para patente em 1951. O pedido suíço foi seguido por outras patentes nacionais, desta vez através de sua companhia Velcro S.A. A partir do relatório descritivo da patente dos Estados Unidos US 2,717,437 pode-se ver a aparente simplicidade da invenção. O nome VELCRO é uma referência às palavras em francês velours (que significa veludo) e crochet (que significa gancho). Atualmente o uso e aplicação do produto são várias, e a palavra velcro tornou-se um termo genérico para referir-se ao material. (CASAGRANDA, 2016, p. 25)

Estudos indicam que as soluções criativas surgem se as pessoas estiverem preparadas com esse objetivo. A crise é a ferramenta para a mudança e motivação para inovação. Então eu lhe pergunto a algo melhor do que uma crise para mudar e inovar?

CONCLUSÃO

Criatividade, inovação e mudança organizacional guardam estreita relação, de modo que a criatividade de indivíduos e grupos no contexto do trabalho pode gerar inovações que, por sua vez, provocam mudanças diferenciadas.

Então, por que algumas pessoas estão focadas na sobrevivência e outras se destacam, crescem e se mantêm no pódio como vencedoras?

Vimos acima quatro pontos crucialmente importantes para sair da crise que podem fazer a diferença em qualquer época de crise, se for bem aplicado conduz ao pódio do sucesso.

Primeiro as pessoas se apegam ao passado e esquece que o sucesso do passado não garante o sucesso do presente, desligue-se do passado para poder inovar e crescer.

Segundo saia da zona de conforto você precisa sair do quadrado para poder crescer ser criativo e inovador, mas se não puder seja um adaptador e vença a crise.

Terceiro a criatividade é algo extraordinário porque surge dos nossos sonhos, então porque não acontece, por que tem um preço a ser pago que chama-se de disposição para assumir risco.

Quarto a inovação é uma mudança constante, e isso requer persistência nos propósitos, uma vez que barreiras sempre existirão, é por isso que existe crise para lhe motivar a desligar-se do passado, a sair da zona de conforto, e forçar você pela pressão a ser criativo e inovador assumindo todos os riscos.

Logo, é possível concluir que a criatividade é a união de esforço e a imaginação. Os estudiosos a pontam vários métodos e teorias para a criatividade e inovação. Mais você precisa de um só apenas “CRISE”. E tudo mudará em sua vida. Assim você entrará na crise e sairá bem melhor do que quando entrou nela. “Seja Criativo”

REFERÊNCIAS

BARNEY, Jay B.; HESTERLY, William S. **Administração Estratégia e Vantagem Competitiva**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

BYRD, Jacqueline; BROWN, Paul Lockwood. **Sete fatores da criatividade**. Portal do Sebrae - SC, 2007. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/newart/default.asp?materia=14653>> Acesso em 04 mar. 2016.

BUSINESS, Harvard Review. **Liderança inovadora**: Os melhores artigos da Harvard business review. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

CASAGRANDA, Ivanir. **Apostila**. Pós-graduação lato sensu em coaching e liderança pela UCDB, 2016.

CASTILHO, Marta Andrade; SANMARTIN Stela Maris. **Criatividade no processo de coaching**. São Paulo: Trevisan Editora, 2013.

FIALDINI Júnior, Américo; MIRSHAWKA, Victor. **Ciclo da Imbatibilidade**. São Paulo: Makron Books, 1996.

McCHESNEY, Chris et al. **As 4 disciplinas da execução: garanta o foco nas metas crucialmente importantes**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

GUASTELLO, Stephen J. **Managing emergent phenomena: nonlinear dynamics in work organizations**. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 2002.

MANUAL DE OSLO °Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre Inovação. 3. ed. Disponível em: <<http://www.mct.gov.br/index.php/content/view/4639.html>>. Acesso em 04 mar. 2016.

MAXWELL, John C. **Às vezes você ganha, às vezes você perde(aprende): as maiores lições de vida vem de nossas perdas**. Tradução Carla Ribas. 1ª. Edição. Rio de Janeiro: CPAD, 2014.

MIRSHAWKA, Victor; MIRSHAWKA, Jr., Victor. **Qualidade da criatividade**. São Paulo: DVS, 2003.

PEARSON EDUCATION DO BRASIL. **Criatividade e inovação**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

PUCCIO, Gerald J. **Two dimensions of creativity: level and style**. The international Center Studies in Creativity, 1999.

PRADO, David. **Manual de activación creativa**. Santiago de compostela: Iacat, 2004.

TERRA, José Cláudio Cyrineu (Org.); Barroso, Antônio C. O. [et al]. **Dez práticas para a produção de novos conhecimentos**. São Paulo: Saraiva, 2007.

VALLE, Alberto. **Como se preparar para a crise de 2016**. Disponível em <<http://www.empreendedoresweb.com.br/como-se-preparar-para-a-crise-de-2016>>. Acesso em 04 mar 2016.