

O Processo Criativo de Soluções em Marketing

James Webb Young — um dos primeiros redatores de propaganda do mundo — em seu livro "A Technique for Producing Ideas" definiu as várias etapas do processo criativo de marketing como sendo:

- Preparação: Ou acumulação de dados, visa "tornar familiar o estranho".
- Manipulação: É uma tentativa de síntese, de juntar conceitos aparentemente não relacionados, ou "tornar estranho o familiar".
- Incubação: O componente inconsciente do processo criador, e cuja descrição de Fabun coincide com outras, como veremos mais adiante.
- Antecipação: É o que, mais tarde, classificaremos como aquecimento. Segundo Fabun, há um sentimento de premonição, algo nos diz que o problema está prestes a ser resolvido.
- Iluminação: A solução esperada.
- Verificação: A confirmação da viabilidade da solução. De qualquer forma, e para fins de definição prática, podemos dividir em 7 (sete) etapas o processo criativo para a solução dos problemas de Marketing:

- Identificação: O primeiro estágio — identificação do problema — parece óbvio demais. Mas muito pouca gente sabe exatamente que tipo de problema deve ser resolvido. É importante que se pegue um pedaço de papel e se escreva a resposta para a seguinte pergunta: "Qual é o problema?". Um problema bem definido, já está 50% resolvido. Einstein dizia ser a mera formulação de um problema, freqüentemente, muito mais essencial do que a sua solução, que pode ser simples questão de habilidade matemática ou experimental; levantar novas dúvidas, novas possibilidades, olhar velhos problemas sob novos ângulos requer imaginação criadora e é o que marca os avanços reais da ciência. Na verdade, a identificação correta do problema nos leva a 6 (seis) outras etapas do pensamento criador.
- Preparação Direta: É quando acumulamos informações pertinentes ao problema que deve ser resolvido. Isto é, quando buscamos somente informações que contribuam para uma possível solução. Isso é constatado por John Dewey, quando declara que "podemos ter os fatos sem pensar, mas não podemos pensar sem ter os fatos", o que, de certa forma, contradiz a famosa afirmação de Einstein: "A imaginação é mais importante do que o conhecimento". É a preparação direta, ainda, que deve ter inspirado a também famosa frase de Thomas Edison: "Um gênio é composto de 1% de inspiração e 99% de transpiração".
- Preparação Indireta: A preparação indireta quando buscamos informações sobre tudo o que possa colaborar para uma solução, mesmo que à primeira vista não tenha nada a ver com o problema. Waren Weaver classificava a necessidade de preparação indireta dizendo que "a informação é a medida da liberdade de escolha que se tem quando se seleciona uma mensagem". A preparação indireta pode, eventualmente, ser inconsciente: quando a pessoa está engajada na solução de algum problema, e uma vez esgotadas todas as informações pertinentes ao seu alcance, começa a buscar outras possíveis informações. Mas a solução não vem. Ou parece longa. Ou, se vier, é insatisfatória. A pessoa, conscientemente determinada a encontrar uma boa solução, sente uma necessidade premente de ler, ver e sentir coisas aparentemente divorciadas, não apenas entre si, mas também daquele objetivo inicial. Não consegue, porém deixar de continuar recebendo informações: visita pessoas, vai a cinemas, lê; desesperadamente, consulta estatísticas, que possivelmente nada têm a ver com o problema, iniciando um processo de acumulação de dados. Essa "alimentação" se faz de maneira normalmente caótica ou irregular na acumulação indireta, mas vai aquecendo as baterias mentais: o cérebro começa eventualmente a associar dados aparentemente díspares.
- Incubação: Segundo alguns psicólogos, o processo da incubação se desenvolve mais no plano do inconsciente ou naquela faixa do pré-consciente, a quem todos os autores recorreram no sentido de tentar desvendar o processo criativo. A filosofia Zen determina que a mente deve tentar parar de agir sobre si própria, sobre a sua corrente de experiências. Isso está expresso num poema Zenrim que diz: "Sentado quieto, fazendo nada. A primavera vem, e a grama cresce sozinha". Importante, também, é o testemunho de Poincaré: "Não há dúvida a respeito da importância da atividade inconsciente nas descobertas matemáticas. Trabalhando sobre um problema, é comum que nada se consiga desde o começo. É preciso descansar. Em seguida trabalha-se novamente. Mesmo que a primeira meia hora nada se descubra, depois, no entanto, a solução começa a surgir naturalmente. O trabalho consciente parece ter ficado melhor graças a interrupção. A força e o vigor da mente foram estabelecidos pelo descanso". Poincaré, contudo,

tinha a mesma opinião de Thomas Edison: "O trabalho inconsciente é impossível; se não foi precedido pelo trabalho consciente". É curioso reproduzir parte de uma entrevista que Henrique da Costa Mecking, o Mequinho, então campeão brasileiro de xadrez, deu à revista *Veja*: "Chego a sonhar com partidas, às vezes acordo com a solução de um problema que me preocupava na noite anterior". Para Einstein, a incubação se desenvolvia melhor alguns momentos antes de adormecer, ou logo depois de acordar. Einstein ainda costumava tocar violino ou ler romances de Dostoiévski como um recurso para desviar a atenção do problema principal e provocar a incubação. Gandhi costumava tecer; seu processo criativo era grandemente desenvolvido quando se dedicava a esse tipo de atividade manual. Portanto, a incubação, depois da

acumulação consciente de dados diretos ou indiretos, é uma reação da mente humana contra a pressão angustiante. A mente, no plano do inconsciente, começa a trabalhar praticamente sozinha. Essa angústia, necessidade de liberação de energias, pode, muitas vezes, assumir a forma de trabalho manual. E para um grande número de executivos a incubação parece ser auxiliada pela prática intensa de um esporte;

Aquecimento: O retorno do problema, com a sensação de uma solução próxima, constitui uma fase claramente distinta do processo criativo: trata-se do warm-up ou aquecimento. Pode ser inconsciente quando através de flashes, a mente foge e retorna ao problema a frequências cada vez menores: as ideias atravessam de forma desordenada, a barreira consciente/inconsciente, caminhando para a solução por meio de aproximações sucessivas. Por fim, na vida prática, como temos prazos a cumprir, datas de fechamento a seguir esta etapa deve ser um processo consciente provocado artificialmente através de recursos já bastante experimentados como o brainstorm; por exemplo quando, se o problema está sendo resolvido por uma, duas ou mais pessoas, as ideias começam a desencadear em turbilhão.

Iluminação: A solução do problema aparece pela primeira vez naquela etapa que Wallas, e muitos outros, aceitam e chamam de "iluminação". É o *heureka*, quando então estoura a ideia. Em muitos casos; em quase todos, na verdade; é o término daquela forte angústia que o indivíduo vinha sentindo. É o que Kohler chamou de insight, ou seja, a subitaneidade da compreensão das relações entre os meios e fins. Aparece, em geral, sem esforço; em outras palavras, não há um esforço consciente em busca da "iluminação", em seguida ou ao período de aquecimento. O físico alemão Hermann Von Helmholtz explica que as suas "ideias felizes" surgiam pela manhã, mas "preferiam aparecer durante passeios pelas florestas das montanhas, em dias repletos de sol". Embora surja de repente, aparentemente sem esforço nem grande esforço mental, a iluminação é, na verdade, o resultado de períodos terrivelmente laboriosos de preparação. E, muitas vezes, de aquecimento também. OBSERVAÇÃO: É bastante conhecido o fato de que certas pessoas associam o ato de fazer barba com o momento de encontrar ideias. Na verdade, já passaram pelo período de incubação e ainda estão naquele estágio que, logo após o sono, encontra descansada a mente. Algumas pessoas precisam ir ao banheiro, para encontrar ideias, outras têm de passear por determinadas ruas, ou falar com certos amigos; e assim por diante.

Elaboração: Depois de encontrada a ideia e, desde que a julgemos satisfatória, considera-se como integrante do processo criativo o período, agora totalmente consciente da elaboração. As ideias, antes abstratas, são colocadas linearmente e, através da construção de uma teoria, da formulação de um plano, ou estruturando uma equação, começam a associar-se com dados conhecidos da realidade, a fim de "tornar familiar o desconhecido", como já foi dito. Bons exemplos da elaboração: Hemingway, para dar por encerrado o seu romance *Adeus às Armas*, reescreveu trinta vezes a última página. O roteiro do filme "Submarino Amarelo", desenho animado que utilizava as figuras dos Beatles, foi escrito 21 vezes. Pablo Casals, o genial violoncelista de Barcelona, dizia que precisava ensaiar dez minutos para cada três segundos de música. É no processo de elaboração que determinamos com mais precisão a diferença entre o amador e o profissional - entre aquele que sabe o que faz e aquele que acerta de vez em quando. No sentido da busca de um profissionalismo, o estágio da elaboração é o importante quanto o da preparação.

Verificação: Há um intervalo de tempo que pode variar de segundos a vários anos, entre a iluminação, a elaboração da ideia e sua verificação. O aumento dos recursos tecnológicos tem diminuído drasticamente os intervalos entre a descoberta e a aplicação de uma ideia. A fotografia, inventada na primeira metade do século XVIII, só foi aplicada 112 anos depois, enquanto o transistor - uma invenção que revolucionou o mundo - levou apenas três anos para ter aplicação. O raio laser e o fax, em uso atualmente, diminuíram ainda mais o intervalo entre a invenção e utilização mundial.

OBSERVAÇÃO: Em Marketing, onde os caminhos encontrados têm de ser permanentemente comparados com a realidade, o estágio da verificação é de importância fundamental. É preciso comprovar que a ideia adotada como solução é, de fato, a solução. Newton, quando viu cair a maçã; e teve a intuição da Lei da Gravidade, passou o resto da sua vida trabalhando para verificar aqueles conceitos que

