

A CRIATIVIDADE É A FORÇA DO FUTURO DA HUMANIDADE

Bernadete Zagonel¹

(Publicado no Jornal Gazeta do Povo, Paraná, em 06 de março de 2006).

Há pouco tempo tive a oportunidade de participar de um evento em São Paulo, dirigido especialmente ao meio empresarial, cujos temas centrais eram criatividade e liderança. O palestrante principal era o sociólogo italiano Domenico De Masi, um dos grandes estudiosos da sociedade moderna, que mostra a importância da criatividade do ser humano para o desenvolvimento global. Suas idéias, de tão simples, chegam a ser revolucionárias. Ele defende, por exemplo, um tal de “ócio criativo” que, para os desavisados, pode parecer a defesa da preguiça. Mas não é nada disso. Ele apenas preconiza a volta do trabalho como uma atividade prazerosa e reconfortante, em que se une trabalho, estudo e diversão, e é difícil fazer a distinção entre os momentos em que se está trabalhando e quando está no lazer, uma vez que, em se tratando de um trabalho criativo, confere muito prazer e satisfação.

De Masi chama a atenção para dois momentos distintos na história recente: a sociedade industrial e a pós-industrial. Na primeira, o trabalho tem características bem distintas do lazer, há poucas pessoas para criar e pensar e muitas para produzir (linha de montagem), a sociedade está fundamentada na produção de bens de consumo, aumentam as diferenças entre pobres e ricos, o instrumento de trabalho da maioria é o físico, o corpo, com um tipo de ação repetitiva e com hora para começar e terminar. Já na sociedade pós-industrial, que é onde se encontram os países ricos, há a produção de bens imateriais, ou seja, de idéias, patentes, valores e serviços. O instrumento de trabalho principal é o cérebro, e não há hora nem local definidos para acontecer. Então, a diferença entre trabalho e não trabalho torna-se mais tênue, e é aí que ele chega ao conceito de ócio criativo.

Fazendo uma leitura simples da situação atual vemos que há três tipos de países no mundo: os muito pobres, que vendem matéria prima a preços muito baixos, produzidos com uma mão de obra extremamente barata; os pobres, que produzem bens de consumo industriais; os ricos, que criam, e vendem suas idéias, suas produções artísticas e culturais, o resultado de suas pesquisas, o conhecimento por eles desenvolvidos nos diversos segmentos. Só para citar um exemplo, vale lembrar da indústria do cinema americano que, além de produzir muito dinheiro, ainda divulga as idéias e a cultura americanas mundo afora.

Se levarmos este mesmo conceito para as empresas, e buscando novamente as palavras de De Masi, observamos que vivemos em um mundo onde “os objetos se tornaram tecnologicamente impecáveis e não são mais cobiçados com base na sua perfeição técnica, mas sim no nível de beleza estética, assim como os serviços são escolhidos de acordo com o refinamento e a cortesia que oferecem”. Ou seja, o que diferencia os produtos, as empresas, e mesmo as pessoas entre si são as soluções criativas por ela implementadas, visto que a criatividade não é só ter idéias, mas também saber realizá-las.

E nós, que somos um país formado por um povo reconhecidamente criativo, que temos uma produção musical, artística e cultural que nos personaliza e valoriza no mundo todo, será que estamos usando adequadamente essas características para gerarmos mais

¹ Bernadete Zagonel: Doutora em Música pela Sorbonne, Paris. Vice-Presidente da Associação Comercial do Paraná. musica2000@terra.com.br

riquezas, empregos e melhorarmos nossa qualidade de vida? Estamos pensando no potencial criativo dos cidadãos para melhorarmos nossa posição econômica no ranking mundial? Ou vamos continuar a vender matéria prima a baixo custo e comprar idéias a preços altos...

Por essas e outras é que Domenico De Masi deve afirmar que “a criatividade é a força do futuro da humanidade. “