

# Ideias: 100 Técnicas de Criatividade

Mauro Maia Laruccia

## Resenha

Aznar, Guy. São Paulo: Summus, 2011. 255p.  
ISBN: 978-85-3230-701-9

Guy Aznar é o fundador da primeira organização francesa voltada para a Criatividade, isso nos anos 1970, sendo, atualmente, o presidente da Associação Francesa para o Desenvolvimento da Criatividade. Ele é o autor de *Ideias*, em que apresenta com simplicidade e clareza décadas do seu trabalho e pesquisas sobre criatividade. Na introdução do seu livro, o autor afirma que o que conta é a ideia em si para muitas pessoas. A ideia dá força a um projeto, que dá sentido, alma, personalidade, impulso, e, em seguida, mobiliza as energias. É comum escutar que tudo deriva e repousa na ideia; antes de tudo, precisamos de uma ideia, buscamos primeiro a ideia, etc. Temos a tendência de entusiasmar com essa busca até chegar o momento de explosão de alegria que acontece quando sentimos que encontramos uma ideia. Porém, segundo o autor, a experiência demonstra que a ideia é uma parte pequena de um processo complexo de inovação.

Na verdade, explica Aznar, a ideia não é nada sem o lento processo de formulação e reformulação da solução de um problema e de enquadramento da busca. A ideia deve ser resultante de um

trabalho gradual de avaliação e de refinamento, de um ajuste para proporcionar o processo de maturação. Ela é apenas uma fase do processo de inovação, decisiva e irrisória ao mesmo tempo. Um processo de inovação não é apenas uma embalagem em torno de uma ideia, ao contrário, é um processo global que vai da encomenda até a ordem de iniciar um produto.

Se a criatividade tem alguma função, afirma Aznar, é complementar a lógica, ocupando o lugar dela, ou ainda sendo usada quando ela falha. A criatividade entra em cena quando estamos diante de uma contradição, de um problema aparentemente insolúvel. Assim, quando o mecanismo lógico trava, temos de procurar outra coisa. A criatividade é o que nos permite explorar essa outra coisa, deixando de lado as leis da lógica.

Enquanto a lógica propõe, segundo o autor, em um número pequeno de soluções, o procedimento criativo oferece um grande número de propostas, algumas ilógicas ou geniais, que passam dos limites e têm de ser selecionadas racionalmente. A ideia frequentemente constitui a versão positiva de uma crítica como uma contradição que um problema apresenta. Buscamos soluções para problemas *a priori* insolúveis e é por isso que se deve pensar em criatividade de ideias, a capacidade de realizar uma produção inovadora, ao mesmo tempo adaptada ao contexto em que está inserida.

Para Guy Aznar, as ideias não podem ser vagas, fluidas e irreais, ao contrário, elas devem ser

realizáveis. Assim, na fase da geração das ideias, o que se deve buscar, quer se trate de ideias científicas, tecnológicas, sociais, de marketing, etc., é um conceito. Quando trabalhamos a criatividade, tentamos alcançar um espaço intermediário entre o imaginário e os limites que estabelecemos. O objetivo final é produzir ideias novas que permitam solicitar uma patente e, ao mesmo tempo, que sejam viáveis para os clientes, considerando os meios, as técnicas e os prazos, etc.

Aznar apresenta aos leitores maneiras de gerenciar as ideias, de avaliar sua viabilidade, de integrá-las e de organizá-las. Além disso, o autor descreve dez propostas para desenvolver um clima criativo. Entre as propostas, estão organizar seminários, treinar mediadores, estimular a criatividade individual e coletar ideias espontâneas. Descreve, ainda, ao longo do livro, quadros e gráficos com temas de interesse que ajudam a aprofundar o desenvolvimento de seus conceitos. Ao final, apresenta uma síntese das principais escolas de criatividade do mundo – como a norte-americana, a japonesa e a inglesa.

Ao ler o livro do Guy Aznar, o leitor encontrará diversas técnicas de criatividade, na realidade, uma centena, as quais podem ser utilizadas tanto em grupos quanto individualmente. Além disso, ele desenvolve vários exercícios e apresenta métodos originais que podem ser aplicados nas organizações, nas instituições de ensino e na vida pessoal. É um verdadeiro compêndio sobre criatividade e inovação, sendo

uma obra valiosa para eliminar todos os medos  
e incertezas que possamos ter de que não  
chegaremos às boas ideias.

Recebido em:  
20 de março de 2014

Aceito em:  
27 de fevereiro de 2015

## Expediente

A revista E-Compós é a publicação científica em formato eletrônico da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Lançada em 2004, tem como principal finalidade difundir a produção acadêmica de pesquisadores da área de Comunicação, inseridos em instituições do Brasil e do exterior.

E-COMPÓS | [www.e-compos.org.br](http://www.e-compos.org.br) | E-ISSN 1808-2599

Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação.

Brasília, v.17, n.3, set./dez. 2014.

A identificação das edições, a partir de 2008, passa a ser volume anual com três números.

### CONSELHO EDITORIAL

**Afonso Albuquerque**, Universidade Federal Fluminense, Brasil  
**Alberto Carlos Augusto Klein**, Universidade Estadual de Londrina, Brasil  
**Alex Fernando Teixeira Primo**, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil  
**Ana Carolina Damboriarena Escosteguy**, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil  
**Ana Gruszynski**, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil  
**Ana Sílvia Lopes Davi Médola**, Universidade Estadual Paulista, Brasil  
**André Luiz Martins Lemos**, Universidade Federal da Bahia, Brasil  
**Ângela Freire Prysthon**, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil  
**Antônio Fausto Neto**, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil  
**Antonio Carlos Hohlfeldt**, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil  
**Antonio Roberto Chiachiri Filho**, Faculdade Cásper Líbero, Brasil  
**Arlindo Ribeiro Machado**, Universidade de São Paulo, Brasil  
**Arthur Autran Franco de Sá Neto**, Universidade Federal de São Carlos, Brasil  
**Benjamim Picado**, Universidade Federal Fluminense, Brasil  
**César Geraldo Guimarães**, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil  
**Cristiane Freitas Gutfreind**, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil  
**Denilson Lopes**, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil  
**Denize Correa Araujo**, Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil  
**Edilson Cazeloto**, Universidade Paulista, Brasil  
**Eduardo Vicente**, Universidade de São Paulo, Brasil  
**Eneus Trindade**, Universidade de São Paulo, Brasil  
**Erick Felinto de Oliveira**, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil  
**Florence Dravet**, Universidade Católica de Brasília, Brasil  
**Gelson Santana**, Universidade Anhembi/Morumbi, Brasil  
**Gilson Vieira Monteiro**, Universidade Federal do Amazonas, Brasil  
**Gislene da Silva**, Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil  
**Guillermo Orozco Gómez**, Universidad de Guadalajara, México  
**Gustavo Daudt Fischer**, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil  
**Hector Ospina**, Universidad de Manizales, Colômbia  
**Herom Vargas**, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Brasil  
**Ieda Tucherman**, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil  
**Inês Vitorino**, Universidade Federal do Ceará, Brasil  
**Janice Caiafa**, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil  
**Jay David Bolter**, Georgia Institute of Technology, Estados Unidos  
**Jeder Silveira Janotti Junior**, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil  
**João Freire Filho**, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil  
**John DH Downing**, University of Texas at Austin, Estados Unidos

**José Afonso da Silva Junior**, Universidade Federal de Pernambuco, Brasil  
**José Carlos Rodrigues**, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil  
**José Luiz Aídar Prado**, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil  
**José Luiz Warren Jardim Gomes Braga**, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil  
**Juremir Machado da Silva**, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil  
**Laan Mendes Barros**, Universidade Metodista de São Paulo, Brasil  
**Lance Strate**, Fordham University, USA, Estados Unidos  
**Lorraine Leu**, University of Bristol, Grã-Bretanha  
**Lucia Leão**, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil  
**Luciana Panke**, Universidade Federal do Paraná, Brasil  
**Luiz Claudio Martino**, Universidade de Brasília, Brasil  
**Malena Segura Contrera**, Universidade Paulista, Brasil  
**Márcio de Vasconcellos Serelle**, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Brasil  
**Maria Aparecida Baccaga**, Universidade de São Paulo e Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil  
**Maria das Graças Pinto Coelho**, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil  
**Maria Immacolata Vassallo de Lopes**, Universidade de São Paulo, Brasil  
**Maria Luiza Martins de Mendonça**, Universidade Federal de Goiás, Brasil  
**Mauro de Souza Ventura**, Universidade Estadual Paulista, Brasil  
**Mauro Pereira Porto**, Tulane University, Estados Unidos  
**Nilda Aparecida Jacks**, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil  
**Paulo Roberto Gibaldi Vaz**, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil  
**Potiguara Mendes Silveira Jr**, Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil  
**Renato Cordeiro Gomes**, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil  
**Robert K Logan**, University of Toronto, Canadá  
**Ronaldo George Helal**, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil  
**Rosana de Lima Soares**, Universidade de São Paulo, Brasil  
**Rose Melo Rocha**, Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil  
**Rossana Reguillo**, Instituto de Estudios Superiores del Occidente, México  
**Rousiley Celi Moreira Maia**, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil  
**Sebastião Carlos de Moraes Squirra**, Universidade Metodista de São Paulo, Brasil  
**Sebastião Guilherme Albano da Costa**, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil  
**Simone Maria Andrade Pereira de Sá**, Universidade Federal Fluminense, Brasil  
**Suzete Venturelli**, Universidade de Brasília, Brasil  
**Tiago Quiroga Fausto Neto**, Universidade de Brasília, Brasil  
**Valerio Fuenzalida Fernández**, Puc-Chile, Chile  
**Veneza Mayora Ronsini**, Universidade Federal de Santa Maria, Brasil  
**Vera Regina Veiga França**, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

4/4

Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, v.17, n.3, set./dez. 2014.

### COMISSÃO EDITORIAL

**Cristiane Freitas Gutfreind** | Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil  
**Irene Machado** | Universidade de São Paulo, Brasil  
**Jorge Cardoso Filho** | Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Brasil  
 / Universidade Federal da Bahia, Brasil

### CONSULTORES AD HOC

**Adriana Amaral**, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil  
**Alexandre Rocha da Silva**, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil  
**Arthur Ituassu**, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil  
**Bruno Souza Leal**, Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil  
**Elizabeth Bastos Duarte**, Universidade Federal de Santa Maria, Brasil  
**Francisco Paulo Jamil Marques**, Universidade Federal do Ceará, Brasil  
**Maurício Lissovsky**, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil  
**Suzana Kilpp**, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil  
**Vander Casaqui**, Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil

### EDIÇÃO DE TEXTO E RESUMOS | Press Revisão

**SECRETÁRIA EXECUTIVA | Helena Stigger**

**EDITORAÇÃO ELETRÔNICA | Roka Estúdio**

### COMPÓS | [www.compos.org.br](http://www.compos.org.br)

Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação

Presidente

**Eduardo Morettin**

Universidade de São Paulo, Brasil

[eduardomorettin@usp.br](mailto:eduardomorettin@usp.br)

Vice-presidente

**Inês Vitorino**

Universidade Federal do Ceará, Brasil

[ines@ufc.br](mailto:ines@ufc.br)

Secretária-Geral

**Gislene da Silva**

Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

[gislenedasilva@gmail.com](mailto:gislenedasilva@gmail.com)