

# SUMÁRIO

- Antessala 9
- Prefácio à primeira edição 11
- 1. Abertura e fechadura 15
- 2. Há um moleque em sua vida 23
- 3. Quando problemas pagam 50 mil dólares 37
- 4. O grande “salão quadrado” empresarial 57
- 5. Ilusões, fiasco e revelação 83
- 6. Os prodigiosos ingredientes da criatividade 109
- 7. Um paradigma para o eureka 163
- 8. Um paradigma para o eureka II 197
- 9. Problemas para ideias ou problemas para o estresse? 229
- 10. Diga-me com o que pensa 251
- 11. O ovo e sua retórica 287
- 12. Regras, metáforas, humor, opções, recompensas 339
- 13. Uma viagem, um êxtase... Ou um milagre 397
- 14. Para que serve um mundo como este? 465



# ANTESSALA

## O mestre professor de criatividade

Uma frase deste livro resume a sua força como instrumento de transmissão de saber: “Imagino sempre mais útil fornecer testemunhos vividos, pessoais, do que outros, muito mais remotos, extraídos de livros”.

Segundo J. Huizinga, “só quando o humor iluminou sua mente”, o velho Desiderius Erasmus, mais conhecido como Erasmo de Roterdã, “se tornou realmente profundo”. E um fruto dessa mudança de qualidade é sua famosa sátira *Elogio da loucura* na qual, já nos fins do século XV, denunciava os doutores que repetiam *ad nauseam* outros doutores, numa sucessão tediosa de saberes cada vez menos consistentes, porque cada vez mais distanciados da experiência viva.

Na transferência do conhecimento, existem o mestre e o professor. O mestre fala do que sabe por experiência própria. Ao professor basta o talento didático para a transmissão de conhecimentos aprendidos dos mestres e, mesmo, de outros professores.

A um mestre se ama; a um professor – se é muito bom no ofício – admira-se.

Roberto Menna Barreto é um mestre-professor. Serve neste seu livro o pão bem assado de suas reflexões maduras de profissional bem-sucedido, enriquecido de todas as gulodices intelectuais que uma exemplificação cerrada oferece ao leitor-aluno que seu texto conquista.

É um banquete, este livro. Preparado com minuciosa competência por um mestre. Desde o prato principal à sobremesa. Sem que lhe falte o toque do espírito que estimula o paladar – e amplia o prazer – de quem lê.

*Francisco Marcelo Cabral*  
Poeta, autor de *O centauro*,  
*Inexílio* e *Baile de câmara*, entre outros.



## PREFÁCIO À PRIMEIRA EDIÇÃO

PROBLEMA – Ninguém lê prefácios.

SOLUÇÃO – Dê ao prefácio o nome de capítulo 1.

NOVO PROBLEMA CRIADO PELA SOLUÇÃO – Todo capítulo 1 é enfadonho!

SOLUÇÃO – Jogue fora o capítulo 1 e chame o capítulo 2 de capítulo 1.

AVALIAÇÃO DA SOLUÇÃO – Que solução? Tudo a que cheguei até agora foi um miserável plágio do prefácio de *Are your lights on?*, de D. Gaure e G. Weinberg (Makron Books, 1992), de forma que o problema de bolar um prefácio criativo para meu livro sobre Criatividade continua de pé.

AVALIAÇÃO DA AVALIAÇÃO DA SOLUÇÃO – Mas jamais um livro disposto a “ensinar” Criatividade começou com um plágio – daí já existir aqui alguma originalidade. Não há nada de novo debaixo do sol, e se, para conseguir um prefácio interessante, reconheço de antemão o plágio, o plagiado não terá do que se queixar. E o problema, em princípio, foi resolvido.

Além do mais, ninguém lê prefácios...

Tento outra abordagem:

Durante muito tempo, costumava deitar-me cedo.

– Não, não, seu elitista presunçoso, isso é irrealismo puro. Nem mesmo 1% dos leitores interessados em Criatividade – empresários, estudantes, executivos, professores, juízes, engenheiros, namorados, motoristas, síndicos de edifício, tenistas, donas de casa, enfim, *qualquer pessoa* interessada em SUCESSO nos diferentes papéis de sua vida – vai reconhecer o sabor, a finura e a picardia de começar um livro sobre Criatividade (algo *simples, trivial, intelectualmente primário*) com uma alusão ao maior romance de todos os tempos!

Proust não ensina a ganhar 50 mil dólares, ora essa!

Eu quis escrever um livro sobre Criatividade – uma Criatividade extremamente prática, operativa, quase rotineira – que inclusive ajude as pessoas a ganhar, várias vezes na vida, 50 mil dólares (ou boa parte disso, que seja).

Afinal, com as ideias que aqui apresento, *eu* ganhei (modéstia à parte) um bocado de vezes na vida, algo em torno dessa importância...

Lá vou eu de novo:

Esqueça todas as regras e teorias de todos os livros sobre Criatividade.

Inclusive as deste aqui.

– É plágio, é plágio do *Forget all the rules you ever learned about graphic design. Including the ones in this book*, de Bob Gill (Watson-Guptill Publications, Nova York, 1981).

– Mas foi o melhor que consegui para meu prefácio!

Sim, realmente, esqueça todos os livros que você já leu sobre o assunto, sabendo de antemão que a maioria esmagadora deles foi escrita por gente muito técnica (principalmente os compêndios sobre Criatividade empresarial), gente às vezes habilidosa em dissecar o tema... mas muito pouco *criativa*.

Esqueça qualquer teste de Criatividade que você tenha feito, pois simplesmente não há teste algum – legítimo – de Criatividade... exceto a vida!

Esqueça inclusive sua própria opinião sobre CRIATIVIDADE – uma palavra mirabolante, e hoje, a meu ver, *mistificadora*, pois já lançaram sobre ela tanta lan-tejola e tinta luminescente que se tornou um “bem” mágico, hipnótico e inatingível... quando se refere a uma função corriqueira e normal de qualquer cérebro normal, livre do bitolamento excessivo e da depressão.

Já encontrei autores e mesmo instrutores de Criatividade – inclusive um titular da cadeira de Criatividade da Freie Universität, em Berlim Ocidental – que num papo informal de vinte minutos se mostraram indivíduos de conceitos pessoais muito previsíveis, rotineiros e “quadrados”. Mais ou menos como muitos dos donos de agência de propaganda (o que não impede que eles também, eventualmente, possam ter boas ideias).

Já encontrei muitos políticos elogiando enfaticamente, em discurso público, a “Criatividade” de algum insigne homenageado – quando era óbvio que o pomposo orador não sabia do que estava falando...

Já encontrei muitas pessoas que obtinham ou obtiveram sucesso estrondoso em seus negócios, em suas carreiras, em sua vida pessoal, usando aqui e ali do mais puro pensamento criativo... sem se aperceberem de que estavam usando e abusando da Criatividade!

Assim, esqueça tudo que você sabe sobre Criatividade, pois o mais provável é que tudo que você sabe sobre esse assunto esteja furado.

Sinceramente: após ter ministrado mais de trezentos seminários de dois dias intensos de Criatividade, posso afirmar que 98% dos participantes (cálculo prudente) não sabiam, até então, *o que é* Criatividade! Sabiam, sim, *reconhecer* os sinais, as expressões de Criatividade – na propaganda, em soluções surpreendentes, em novos objetos etc. –, mas não sabiam, de fato, que diabo é isso! Quando souberam, quando se assenhorearam dos fatores imprescindíveis ao processo, criaram – todos – muitos no mais alto nível!

Eu quis fazer um livro sobre Criatividade que estivesse à altura do meu *Criatividade em propaganda* (Summus, 1982), adotado hoje, pelo que sei, por todas as faculdades de comunicação do país.

Eu quis fazer um livro sobre “Criatividade para todos”, que satisfizesse, plenamente, os pedidos que venho recebendo, nos últimos quinze anos, por tantos dos mais de oito mil participantes de meus seminários, interessados em criatividade, e não em propaganda.

Eu quis fazer um livro sobre “Criatividade em ação”, que realmente descerrasse, na vida de meu leitor, essa força natural que reside em seus neurônios e a pusesse intensamente em seu cotidiano, seja como valioso e contínuo quebra-galho, seja como impulso a serviço das metas de sua vida!

Eu quis fazer um livro sobre Criatividade que desmistificasse de vez esse assunto – e ainda fosse o mais prático e, mais ainda, o mais completo, o mais instrutivo e o mais absorvente livro de Criatividade do mundo!

Se você acha que estou sendo megalomaniaco neste prefácio, saiba que, por outro lado, estou assumindo um compromisso ambicioso com você: o de lhe ser ineditamente útil nesse campo (pelo menos na faixa de “livros”), e também o mais informativo e substancial.

É um compromisso que soa petulante e pretensioso num prefácio, mas que talvez possa ser honrado nas próximas 512 páginas deste livro. (Um livro grosso, pois tenho muito a lhe dizer.)

E é o que interessa, pois ninguém lê prefácios...

*Roberto Menna Barreto*

Rio de Janeiro, 30 de março de 1997



# 1

# Abertura e fechadura

*Mamãe, eu sempre quis ser criativo,  
mas cada vez que chegou a hora,  
papai me mandou tirar os  
cotovelos de cima da mesa.*

Será possível ensinar Criatividade... sem que  
ninguém faça papel de bobo?



---

Ilustração de anúncio da Cryovac Division:  
"Quando inovadores são ouvidos, faíscas começam a voar".

“Tenho uma grande ideia. Vamos dizer a verdade.”

**Bill Bernbach, titular da agência de propaganda considerada, em certa época, “a mais criativa do mundo”.**

Um psicólogo, empenhado em explorar a inteligência animal, levou um macaco a uma sala de testes, de cujo teto pendia uma vistosa banana.

Em seguida, passou a dispor, pelos cantos da sala, num arranjo previamente definido, cubos e grades de diferentes dimensões, alguns capazes de se acoplar a outros, de tal forma que – numa combinação correta – dariam ao macaco altura suficiente para atingir a banana.

O psicólogo contava com um sistema de aferição minucioso e completo, perfeitamente apto a quantificar a capacidade de “resolver problemas” do macaco, com base nas opções e tentativas que ele fizesse com aqueles cubos e grades que a ciência lhe oferecia.

O macaco esperou que o psicólogo passasse pelo centro da sala, trepou-lhe aos ombros, deu um salto e agarrou a banana!

Praticamente, todo ato criativo – de solução surpreendente e inédita de problemas – é um ato *engraçado*.

Falarei disso adiante.

Praticamente, todo ato criativo ocorre *tendo em vista uma banana*.

No bom sentido.

Também falarei disso adiante.

A vida *real* está passando bem defronte dos seus olhos.

As soluções também!

É disso, afinal, que trata o presente assunto sob o fabuloso e badalado nome de “Criatividade”.