

# Criatividade e Ética: os Limites Corporativos na Gestão da Tecnologia e da Inovação

Face aos desafios do mundo contemporâneo, torna-se fundamental discutir os limites da ética no processo criativo em um momento em que as empresas alteram suas hierarquias e burocracias com objetivo de criar oportunidades para o pensamento e a ação criativos, como fatores fundamentais na busca por vantagem competitiva corporativa.

O desafio do educador está em compreender que o espírito criativo precisa ser abastecido de conhecimento e que lampejos intelectuais não aparecem do nada. Idéias criativas são resultado de um processo cognitivo complexo.

A ética corporativa tem sido assunto muito discutido nas empresas do mundo inteiro e a criatividade vem se destacando cada vez mais como característica imprescindível para equipes e indivíduos envolvidos em processos de gestão da inovação.

Estamos propondo uma reflexão objetiva e prática sobre a importância da discussão ética no campo da criatividade corporativa e seus impactos no sucesso profissional do indivíduo, bem como na performance do negócio e sua imagem corporativa.

Ao educador compete o desafio de entender o dilema ético a que o jovem profissional é exposto diariamente quando submetido à pressão por resultados no mundo corporativo. Ao mesmo tempo, precisa estimulá-lo a entender que a criatividade consiste em mudar a perspectiva para ver as coisas sob um novo ângulo. É preciso levar o estudante a refletir sobre os limites da ética no processo criativo e na busca pelo desempenho e sucesso profissional.

## ÉTICA E CRIATIVIDADE CORPORATIVA NA ERA DOS RESULTADOS

A criatividade, segundo Domenico de Massi, é o recurso mais fecundo com que o ser humano, desde sempre, procura derrotar os seus inimigos atávicos: a fome, o cansaço, a ignorância, o medo, a feiúra, a solidão, a dor e a morte. Em cada esquina do planeta, em cada fase da sua evolução, a criatividade humana consegue atribuir uma forma ao caos e um significado às coisas.

No futuro, a criatividade – em todas as áreas – será o ingrediente-chave do êxito empresarial. Quando a tecnologia passar a ser produto comum e habitual

e todos os concorrentes alcançarem o mesmo nível de idoneidade, só a criatividade poderá fazer a diferença. A dimensão pessoal da criatividade considera aspectos como filosofia, temperamento, atitudes, hábitos e valores, assim como o conhecimento e as habilidades. Desta forma, o jovem profissional precisa investir com afinco no resgate da sua capacidade criativa e inovadora, valorizando o livre fluxo da informação, compartilhando o aprendizado e desenvolvendo novas habilidades que lhe permitam lidar com os desafios próprios desse novo contexto.

O professor Victor Mirshawka, diretor-cultural da FAAP, descreve o hemisfério direito do nosso cérebro como sendo a essência para a evolução do pensamento humano e a chave para sobrevivência de todos os traumas. Ele destaca que o hemisfério direito é nossa salvação, a morada da criatividade e a sede de todas as grandes idéias. O hemisfério esquerdo é o lado racional, consciente e totalmente humano. Nos últimos trinta anos, poucos temas suscitaram tanta polêmica, interesse, especulação e descobertas surpreendentes como a mente humana no que diz respeito às diferenças entre os dois hemisférios cerebrais.

A criatividade (do latim *creatio*, que significa criação) é a capacidade de pensar produtivamente à revelia das regras, é criar coisas novas combinando de maneira inusitada o saber já disponível. A pesquisa científica da inteligência (do latim *intelligere*: entender, compreender, conhecer) só teve início no começo do século passado. Aristóteles, depois de afirmar que todos nós temos, por natureza, o desejo de conhecer, diz no primeiro livro da Metafísica que, para escapar da ignorância, os primeiros filósofos entregaram-se à filosofia, buscando a ciência para compreender. “Aperceber-se de uma dificuldade e espantar-se é sobre tudo, reconhecer sua própria ignorância”. A construção do saber passa exatamente pelo enfrentamento e pela superação de aporias. Ainda que seja para sempre, voltar a encontrá-las.

Os profissionais de empresas terão de aprender a construir e administrar uma organização criativa e inovadora, um grupo humano capaz de prover o novo, transformar idéias em tecnologia, produtos em processos. A ética deixou de se limitar ao terreno religioso e filosófico para se tornar também um assunto empresarial. Se o panorama nacional nos faz crer que a demanda por recursos humanos não será

preenchida em curto prazo, está mais do que na hora de as instituições de ensino e as empresas baseadas no Brasil proporem soluções que visem minimizar esse cenário e sejam capazes de transformar *bits* e *bytes* em poderosa vantagem competitiva para todos.

A gestão do conhecimento é vista como uma coleção de processos que governa a criação, a disseminação e a utilização do conhecimento para atingir plenamente os objetivos da organização. A tecnologia da informação tem um papel fundamental que muitas vezes tem sido negligenciado, ou mesmo passado despercebido, na maioria das empresas e órgãos de informática.

Mas, afinal, o que é ética? A ética é uma característica inerente a toda ação humana e, por esta razão, é um elemento vital na produção da realidade social. Ser ético é agir de acordo com os valores morais de uma determinada sociedade.

#### ÉTICA NA GESTÃO DA CRIATIVIDADE E DA INOVAÇÃO

O desenvolvimento da ciência e da tecnologia, no qual a criatividade e a inovação têm de estar necessariamente presentes, é suportado por três premissas fundamentais: a primeira delas deve-se à existência do cérebro humano e aos incentivos a sua potencialidade; a segunda pode ser localizada na mobilização de pessoas e instituições em torno de objetivos, de bandeiras e metas geradoras de algum benefício estratégico ou social; a terceira refere-se ao esforço nacional, canalizando recursos adequados para a área científica e tecnológica. É somente por meio da concretização dessas três premissas que o Brasil conseguirá vencer o grande desafio do século XXI.

Não podemos ser inocentes e pensar que empresas são apenas entidades jurídicas. Empresas são formadas por pessoas e só existem por causa delas. Por trás de qualquer erro ou imprudência estão seres de carne e osso. E são eles que vão viver as glórias ou o fracasso da organização. Por isso, quando falamos de empresa ética, estamos falando de pessoas éticas.

O mundo, segundo o Professor Francisco Paletta, da FAAP, está sendo dominado por uma multiplicidade de questões que exigem profissionais auto-renovados e com consciência em fatos como:

- riqueza sem trabalho;
- prazer sem consciência;
- negócios sem ética;
- discurso sem nenhuma prática
- ciência sem humanidade;
- religião sem espiritualidade e fé autênticas;

- trabalho sem satisfação pessoal e auto-realização;
- informações em excesso, porém desprovidas de sabedoria;
- conhecimento sem compromisso com a verdade;
- vida sem sincronicidade física, intelectual, social, psico-emocional e espiritual;
- *marketing* pessoal com embalagem atraente, porém com conteúdo falso e enganoso.

A necessidade de fazer diferente está se tornando mais importante e decisiva à medida que as empresas descobrem que seus métodos de operação e gestão de pessoas estão condenados ao fracasso.

Como disciplina teórica, a ética sempre fez parte da filosofia e sempre definiu seu objetivo de estudo como sendo a moral, o dever-fazer, a qualificação do bem e do mal, a melhor forma de agir coletivamente. A ética avalia então os costumes, diz quais ações sociais são moralmente válidas e quais não são. Define o bem moral como ideal do melhor agir ou do melhor ser. E tem procurado as fontes da moral nas divindades, na natureza ou no pensamento racional.

Os países capitalistas navegam com certa desenvoltura na ambigüidade moral, já que o interesse pessoal é visto como motor da economia. Seria a mão invisível do mercado, ou sua ação disciplinadora, realmente capaz de gerar efeitos moralmente benéficos? E em benefício de quem? Em que medida isso operaria em prol da coletividade?

A chave da discussão contemporânea gira em torno do egoísmo ético em choque com as morais socialmente orientadas. Assim é que, nos países latinos, e em particular no Brasil, rastreia-se uma dupla moral social: uma moral da integridade, que é a moralidade oficial, edificante e convencional, compondo uma retórica pública que se difunde nas escolas, nas igrejas, nos tribunais e na mídia; e uma moral do oportunismo, que é a moral oficiososa, pragmática e dissimulada, furtivamente praticada como ação entre amigos e muitas vezes celebrada pela “esperteza” de seus procedimentos.

Os valores da moral da integridade são a honestidade, a lealdade, a idoneidade, o respeito à verdade e à legalidade, o compromisso com a retidão. Tais virtudes desenham o perfil do ser humano de caráter, confiável, decente e digno. Quaisquer decisões e ações deveriam orientar-se por princípios que, por definição, valem para todos. Em contrapartida, a moral do oportunismo funciona com base em procedimentos cínicos como o jeitinho, o calote, a falta de escrúpulo. Esta moral valoriza o enriquecimento rápido e o egoísmo, consagra a esperteza e acredita que o proveito pessoal move o mundo.

A moral do oportunismo opera sob a égide do jeito – prática utilizada para contornar o excesso de

burocracia e regulamentações por meio do “quebra do galho”. O jeito desfruta de conotação positiva e legitima-se na consciência popular como mecanismo de adaptação às situações perversas e intrincadas da sociedade.

Ora, queiram ou não, as empresas convivem com os padrões morais que suas contrapartes partilham. Ferir tais padrões significa estimular a deslealdade individual aos interesses da empresa. Em razão disso, é preciso convencionar um código de honra que ligue as organizações a seus funcionários.

Ademais, as empresas têm uma imagem a resguardar, patrimônio essencial para a continuidade do próprio negócio. A imagem da empresa não pode ser vilipendiada impunemente, nem pode ser reduzida à mera moeda publicitária, porque representa um ativo econômico sensível à credibilidade que inspira.

#### CRIATIVIDADE, MORAL E ÉTICA

Os setores mais promissores do desenvolvimento do país são justamente os que impõem às organizações os desafios de aprender a pensar em longo prazo e investir em criatividade e inovação. A inteligência, conforme Kahane, é um imperativo devido a fatores como velocidade dos resultados de negócios, sobrecarga de informações, crescimento global do processo competitivo com o surgimento de novos participantes, concorrência cada vez mais agressiva, rápidas mudanças tecnológicas e transformações acarretadas pela entrada em cena global de entidades como a União Européia (EU) e o Acordo de Livre Comércio da América do Norte (Nafta).

Na era moderna, o conhecimento é o motor do desenvolvimento. A criatividade vem se apresentando cada vez mais como uma característica imprescindível para equipes e indivíduos nos atuais ambientes de trabalho das empresas. O desafio da sociedade moderna está em poder identificar a linha tênue onde a criatividade rompe a barreira da ética e impor os limites corporativos.

Para Miller, a distinção entre lei e ética nem sempre fica muito clara para o profissional de inteligência que enfrenta decisões diárias num contexto operacional. Não se trata de uma diferença entre preto e branco; pelo contrário, muitas vezes se pode cair no mundo ambíguo do cinzento.

Esta reflexão busca chamar a atenção dos educadores para a difícil tarefa de conduzir o estudante no campo da criatividade, consciente do dilema entre criatividade e ética. Até onde devemos estimular a criatividade sem romper os limites da ética? Até onde devemos colocar a inteligência e a criatividade na busca da inovação e da vantagem competitiva das corporações sem romper as barreiras do certo ou errado, do moralmente correto e do eticamente justo?

Colocar a criatividade a serviço do ser humano é um desafio do mundo moderno, saber caminhar na fina linha que separa o comportamento e a atitude ética é uma decisão solitária de cada um. Assim, para que os interesses pessoais não se sobreponham aos interesses coletivos, cabe inverter a fórmula do início dos anos 90 que celebrou a necessidade da “ética na política”. É preciso fazer “política pela ética”, com cidadãos organizados afirmando incessantemente seus direitos e atualizando seus deveres.

**Roberto V. Ardito**

Chefe da Cirurgia Cardíaca do IMC de  
São José do Rio Preto - SP