

## Emprego: criatividade deve ser preservada por jovens profissionais

28/07/2006



Criatividade, no verbete do dicionário Houaiss, representa inventividade, inteligência e talento natos ou adquiridos para criar, inventar e inovar, quer no campo artístico, quer no científico ou esportivo. Elementos que, conjugados, devem ser preservados pelos jovens talentos que ingressam no mercado de trabalho na visão de Christina Carvalho Pinto, presidente do Grupo Full Jazz Comunicação.

“O grande desafio das corporações hoje é que há pouco espaço para o estímulo do imaginário, para a criação. Acredito ser fundamental aos jovens profissionais que ainda não viveram os gessos corporativos, não se deixar constranger e usar a criatividade. Usá-la em um momento como este é, acima de tudo, um salto de consciência. É sentir onde estão as demandas magnas de um período histórico da humanidade”, afirmou a publicitária, que participou na quarta-feira (26/07) do Treinamento Nacional da 31ª Campanha de Trainees da Amcham, em São Paulo.

**Christina Carvalho Pinto, presidente do Grupo Full Jazz**

Paulo.

Os 80 novos trainees da Amcham são treinados por duas semanas para desenvolver aptidões em vendas. Neste período, entre outras atividades, assistem palestras de executivos renomados do mercado.

Eleita em 2005 “Um dos Dez Maiores Empreendedores Brasileiros” pela Revista Empreendedor, a executiva conta que um dos pontos fundamentais para o estímulo da criatividade está na auto-observação. “É preciso observar os nossos próprios pensamentos para desenvolver a criatividade e aproveitá-la. Cada um pode desenvolver o seu próprio jeito de se auto-observar. Eu decidi fazer meditação. Assim deixo de ser dominada por pensamentos inúteis e reajo meu próprio pensamento”, diz.

Além do auto-conhecimento, Christina Carvalho aponta o olhar apreciativo como fórmula para o desenvolvimento da criação. Segundo ela, é preciso perder menos tempo pensando nos problemas e enxergar as situações de um ponto de vista otimista. “A capacidade apreciativa está em falta e ela é a fonte da criação. Ter os obstáculos como centro das relações é muito pobre. É preciso focar na força produtiva das equipes capazes de fazer crescer e criar”, acredita.

A própria Full Jazz, fundada pela executiva em 1996 e conhecida por ser a primeira instituição inspirada no conceito de uma banda de jazz - os antigos departamentos foram desmontados e criaram-se células circulares formadas por profissionais de atendimento, planejamento e mídia -, é regida pelos fundamentos de Christina Carvalho.

“Falta criatividade no mundo corporativo. Perde-se tempo fazendo relatórios inúteis e vazios, discutindo coisas que não irão nos levar a lugar nenhum. Na agência, todo o grupo humano que foi atraído para a equipe é rico em conteúdo, tem qualidade profissional e pessoal. A Full Jazz é impulsionada pela qualidade individual de cada um”, comenta ela.