

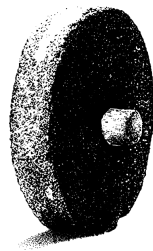
ENCONTRO
INTERESTADUAL
DOS PROGRAMAS
**A UNIÃO FAZ A VIDA
E COOPERJOVEM**
2017

**Inovação e
criatividade:**
a fórmula para um
novo aprendizado.



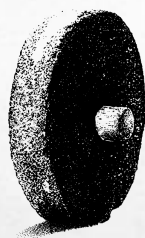
ENCONTRO
INTERESTADUAL
DOS PROGRAMAS
A UNIÃO FAZ A VIDA
E COOPERJOVEM
2017

EDUCAÇÃO, TRABALHO E FILHOS NA ERA DA CRIATIVIDADE



**Escola de
Criatividade**

Mais simples do que você imagina



Escola de Criatividade

Mais simples do que você imagina





**Quem se
considera
extremamente
criativo?**

A FAMÍLIA, A ESCOLA E AS EMPRESAS TÊM INIBIDO O PENSAMENTO CRIATIVO

A criatividade não tem nada a ver
com a idade, mas com os
bloqueios mentais criados ao
longo de nossa vida.



O QUE VOCÊ QUER SER QUANDO CRESCER ?



Escola de Criatividade

Mais simples do que você imagina



**A MEDIDA QUE CRESCEMOS,
SOMOS CONDICIONADOS A
LIMITAR NOSSAS
POSSIBILIDADES E A
RESTRINGIR OPORTUNIDADES**

“

1.500 CEOs de 60 países e 33 indústrias em todo o mundo, identificaram a criatividade como a competência número um para os líderes atuais.

”

Pesquisa do Institute for Business Value IBM - 2010

A person is holding a large, rectangular sign with both hands at the top. The sign has a blue background with a white, cloudy sky pattern. The word "CRIATIVIDADE" is written in white, bold, uppercase letters in the center of the sign. The person's hands are visible at the top corners of the sign, and their legs are visible at the bottom. The background is a plain, light-colored wall.

CRIATIVIDADE

in 2020

1. Complex Problem Solving
2. Critical Thinking
3. Creativity
4. People Management
5. Coordinating with Others
6. Emotional Intelligence
7. Judgment and Decision Making
8. Service Orientation
9. Negotiation
10. Cognitive Flexibility



in 2015

1. Complex Problem Solving
2. Coordinating with Others
3. People Management
4. Critical Thinking
5. Negotiation
6. Quality Control
7. Service Orientation
8. Judgment and Decision Making
9. Active Listening
10. Creativity



Source: Future of Jobs Report, World Economic Forum

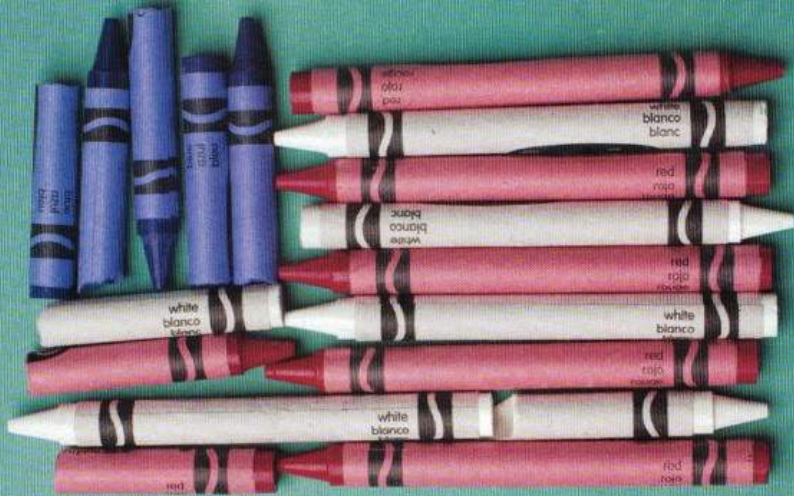
THE GOP'S REAGAN COMPLEX

WHAT'S EATING LEONARDO DICAPRIO?

JULY 19, 2010

Newsweek

CREATIVITY IN AMERICA



THE SCIENCE OF INNOVATION AND
HOW TO REIGNITE OUR IMAGINATIONS

BY PO BRONSON & ASHLEY MERRYMAN



A criatividade está em crise?

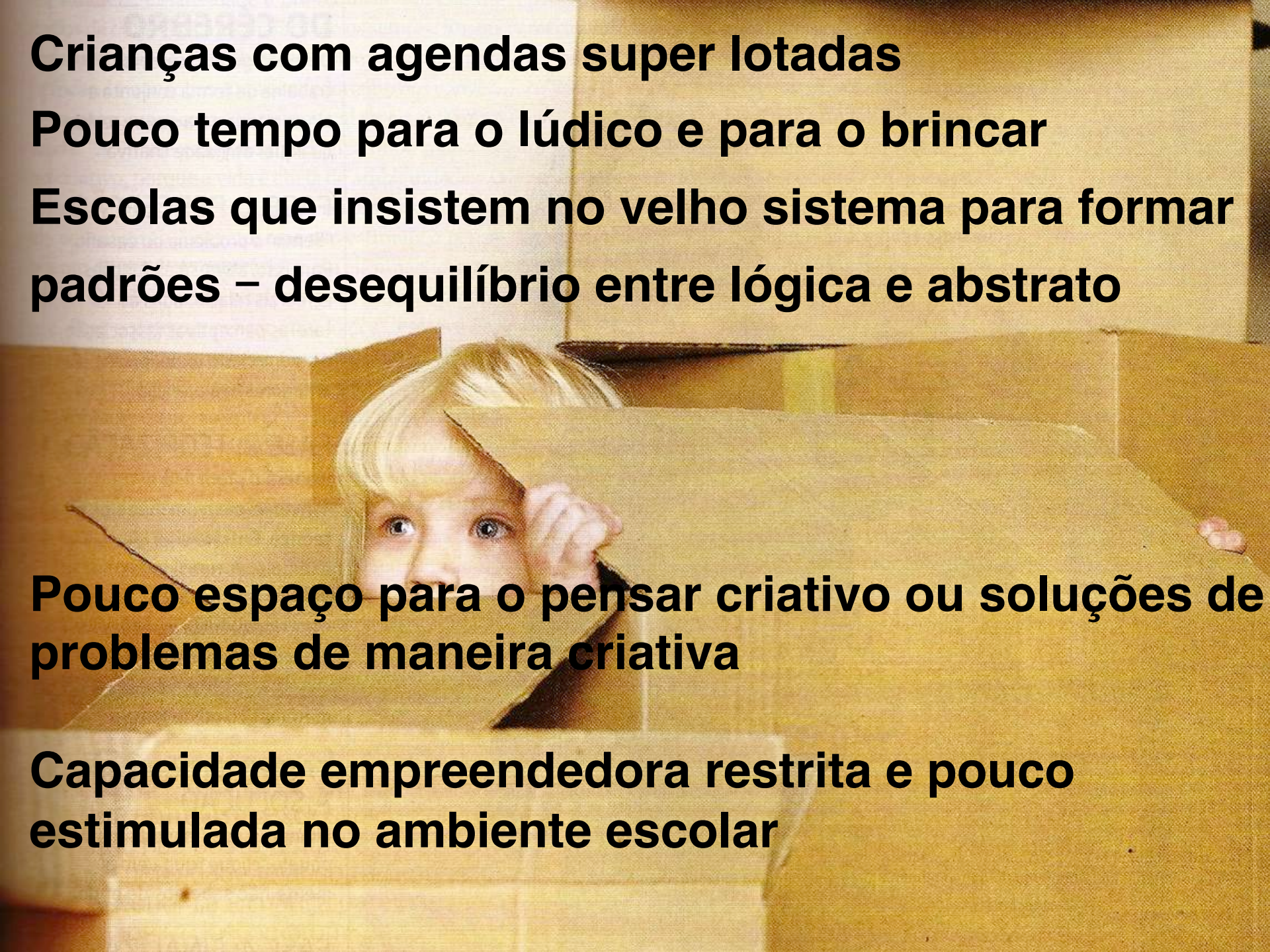
Crianças com agendas super lotadas

Pouco tempo para o lúdico e para o brincar

Escolas que insistem no velho sistema para formar padrões – desequilíbrio entre lógica e abstrato

Pouco espaço para o pensar criativo ou soluções de problemas de maneira criativa

Capacidade empreendedora restrita e pouco estimulada no ambiente escolar



Conhecimento é fundamental, porém...

As escolas têm uma tarefa difícil, que não se limita a melhorar a leitura, a escrita e a aritmética, mas estimular o empreendedorismo, a inovação e a criatividade.

Ken Robinson



**A PIOR FORMA DE DESIGUALDADE É TENTAR
FAZER DUAS PESSOAS DIFERENTES, IGUAIS.**

ARISTÓTELES

INOVAÇÃO





inovação

NÃO

acontece para
a maioria

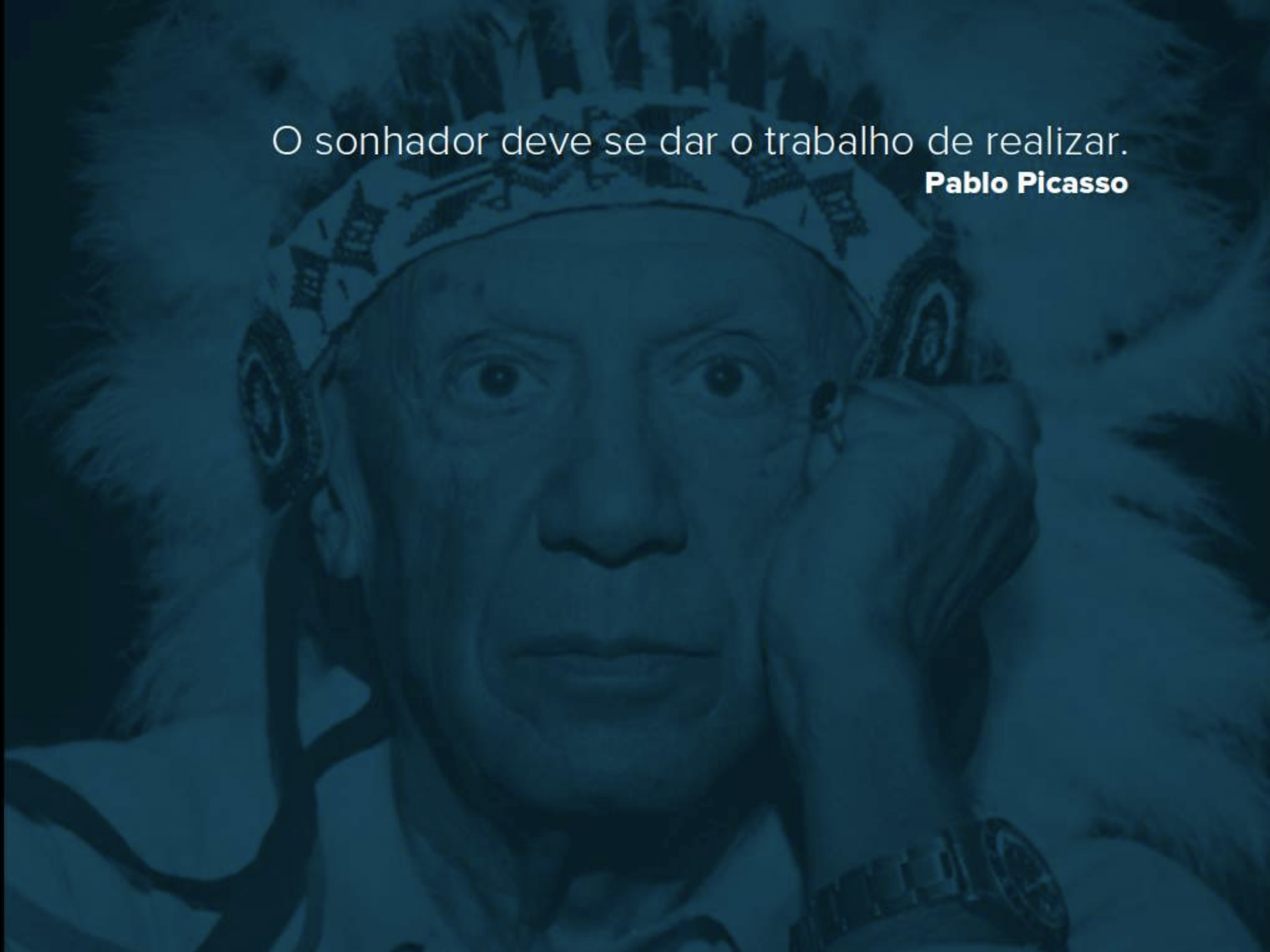
ACEITAR A INOVAÇÃO



Não há como solucionar um problema que não existe

A inovação depende de aceitação, percepção, fatores aleatórios e aplicabilidade

— APENAS IDEIAS —
NÃO SÃO
SUFICIENTES.

A blue-tinted portrait of Pablo Picasso. He is wearing a Native American headdress with feathers and a band featuring geometric patterns. He has a serious expression and is resting his chin on his hand. A watch is visible on his wrist.

O sonhador deve se dar o trabalho de realizar.

Pablo Picasso

O MILHO





**É PRECISO
DESMISTIFICAR A
INOVAÇÃO**



Entrevista EDMUND PHELPS

CARLOS GRAIER

Inovar para ser mais feliz

O economista americano, ganhador do Prêmio Nobel em 2006, diz que o impulso de criatividade está sendo derrotado nas economias modernas pelo veneno do corporativismo

O americano Edmund Phelps, de 82 anos, recebeu o Prêmio Nobel de Economia de 2006 por seus estudos sobre desemprego e inflação. Nos últimos anos, contudo, ele se dedica ao tema da inovação, que diz ser o motor fundamental de uma "boa economia" — aquela que não apenas leva os países à prosperidade, mas abre perspectivas de realização pessoal para os indivíduos. Essa tese está desenvolvida em seu livro mais recente, *Mass Flourishing* (Florescimento em Massa), de 2013, no qual ele também identifica a principal ameaça ao desenvolvimento: a submissão ao corporativismo. Phelps avançou e foi além do clássico Joseph Schumpeter, autor da expressão "destruição criativa", na análise da inovação. Ele falou a VEJA de Nova York, onde vive.

No Brasil, como em outros países, a resposta furiosa dos taxistas ao aplicativo de transporte Uber é um símbolo de como a inovação pode causar conflitos. Qual a sua solução para situações desse tipo? Minha resposta é inequívoca. Estarei sempre do lado dos inovadores, daqueles que estão empenhados em detectar novas oportunidades, criar novos produtos ou processos de trabalho. É impossível superestimar o papel que a inovação e o empreendedorismo têm na prosperidade econômica. Qualquer leitura honesta da história mostrará isso. Infelizmente, em toda parte a força benigna da inovação é bloqueada pelo medo da "mudança desordenada", que nada mais é que o bicho-papão criado por grupos de interesse, sindicatos, empresas confortavelmente estabelecidas em seus nichos de mercado e pelos políticos com os quais cada um desses atores tem ligação umbilical. Medidas que bloqueiam

“A batalha não é entre capitalismo e socialismo, mas entre os valores centrais do capitalismo e os valores reativos do corporativismo”



**“É vital expor
os jovens à história
humana de exploração
e inovação. Crie seus
filhos para apreciar
a aventura,
a experimentação,
e correr doses
saudáveis de risco.
Não os proteja
demais”**

o da in-
vale do
ável por
cana e
nero de
a econo-
nem de
ção di-
i se um
energia
cionais
sa perda
quem
e ponta
eles tra-
ção de
entes,
azo de
têm hoje
ma ferra-
n deseja
uma pro-
nvestiu

A ma
mist
o au
se r
siste
criat
Sch
tens
acre
ciên
res e
ciais
leva
inici
diss
góc
criat
de S
a inc
pesc
te es
vaçã

**O QUE NÓS TEMOS A VER
COM TUDO ISSO?**

**OU ACEITAMOS A
MUDANÇA,
OU O MUNDO MUDA
SEM A GENTE**

MUNDO NOVO DIGITAL

SEM FRONTEIRAS
COLABORATIVO
TRANSPARENTE
INOVADOR
PROTAGONISMO
CONSCIÊNCIA COLETIVA

BR/CULTURE

MUNDO CONECTADO

The image features a stylized world map where the continents are defined by a complex network of glowing blue lines and nodes, resembling a digital or neural network. The map is centered on the Atlantic Ocean. The background is a dark blue gradient with faint, concentric circular lines that suggest a globe or a signal field. The text 'MUNDO CONECTADO' is prominently displayed in the upper center in a bold, white, sans-serif font.

FAMÍLIA



54% DAS CRIANÇAS PERGUNTAM 1º AO
GOOGLE E DEPOIS AOS SEUS PAIS.

Fonte: Birmingham Science City

LONGEVIDADE EXTREMA





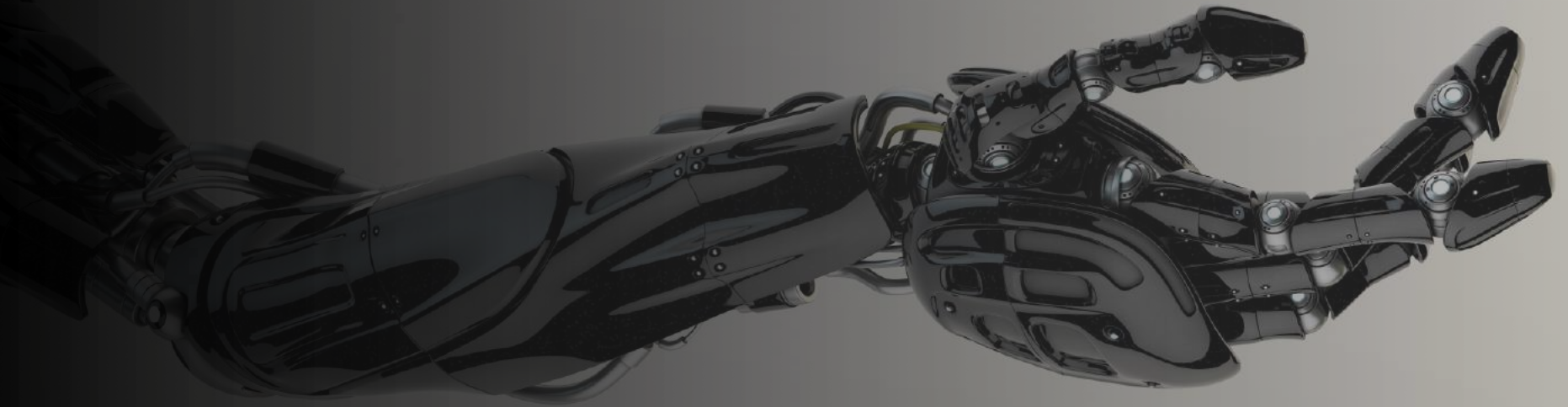
INCERTEZA SEM PRECEDENTES



**“EM 2020, MAIS DE 75% DAS 500 MAIORES
EMPRESAS PELA S&P VÃO SER EMPRESAS
QUE NÓS NÃO CONHECEMOS HOJE.”**

Creative Destruction: Why Companies That Are Built to Last Underperform the Market by Richard Foster and Sarah Kaplan.

ROBOTIZAÇÃO DA SOCIEDADE



A sua habilidade de criação será crucial
para empregabilidade no futuro

AS PESSOAS SÃO OS MOTORES DA INOVAÇÃO

DRIVERS



POR ISSO HOJE, MAIS DO QUE NUNCA, O PODER E O
DEVER DE CRIAR DEPENDE DE CADA UM.

**E COMO ENTÃO ESTIMULAR A
CAPACIDADE CRIATIVA
NA EDUCAÇÃO E
DESENVOLVIMENTO PESSOAL?**



O QUE VOCÊ FARIA?

IMAGINAR



PENSAR



PERDEMOS O HÁBITO

PERDEMOS A CONFIANÇA

E PERDEMOS A ATITUDE

NOS TORNAMOS

COMPLEXOS DE MAIS

A person is holding a large rectangular poster against a plain white background. The poster features a sepia-toned photograph of a deep, rugged canyon. In the center of the poster, the word "IMAGINAÇÃO" is printed in a bold, white, sans-serif font. The canyon landscape shows steep, layered rock walls and a dark pool of water at the bottom. A wooden structure, possibly a bridge or a walkway, is visible in the lower right portion of the image on the poster. The person's hands are visible at the top edge of the poster, and their blue jeans are visible at the bottom edge.

IMAGINAÇÃO

A person is holding a large, rectangular sign with both hands at the top. The sign has a blue background with a white, cloudy sky pattern. The word "CRIATIVIDADE" is written in white, bold, uppercase letters in the center of the sign. The person's hands are visible at the top corners of the sign, and their legs are visible at the bottom. The background is a plain, light-colored wall.

CRIATIVIDADE



INOVAÇÃO

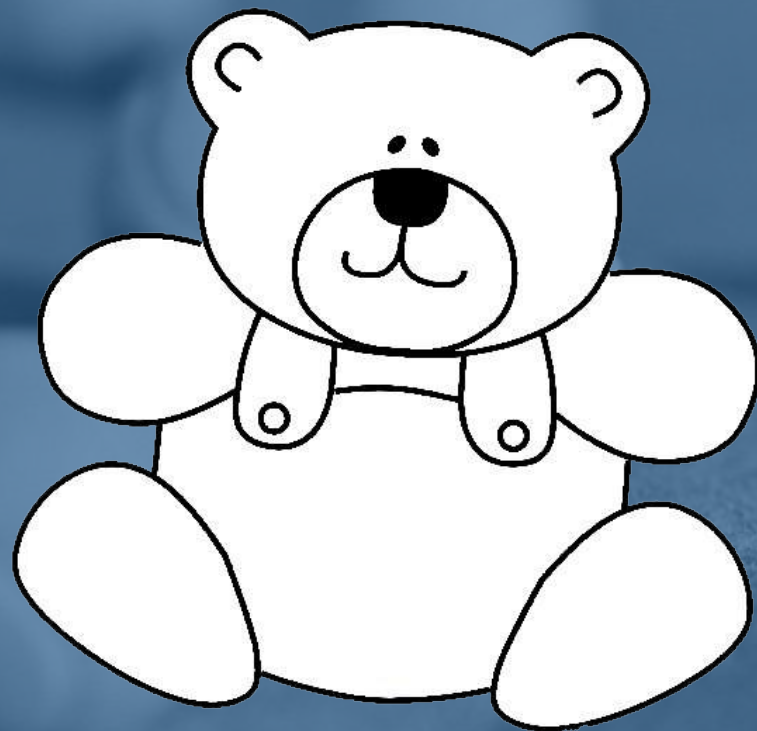
A person is holding a large rectangular poster with both hands at the top. The poster has a green tint and features a desert landscape with a prominent rock formation. The word "INOVAÇÃO" is printed in white, bold, uppercase letters across the center of the poster. The person's hands are visible at the top, and their legs in blue jeans are visible at the bottom.

COMO AS CRIANÇAS CRIAM E EMPREENDEM?

Explorar, construir e representar



O URSINHO MARROM...



...OU O DRAGÃO COLORIDO COM DUAS CABEÇAS



**Demorei 14 anos para pintar
como gente grande e uma vida
inteira para aprender a pintar
como uma criança.**

Picasso



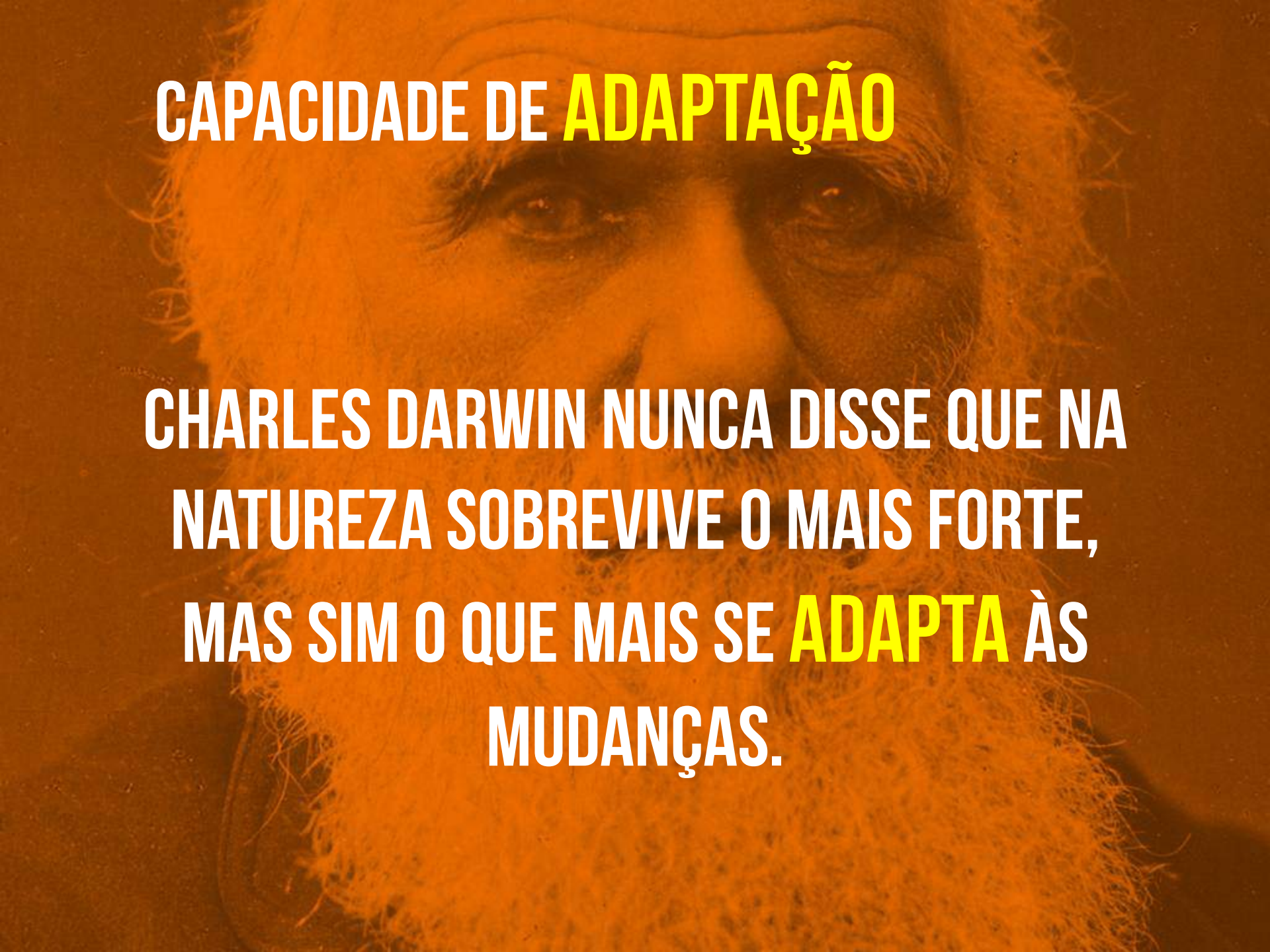


HÁBITOS CRIATIVOS

1

ADAPTAÇÃO



A close-up, sepia-toned portrait of Charles Darwin, showing his face and a full, white beard. The image is the background for the text.

CAPACIDADE DE ADAPTAÇÃO

**CHARLES DARWIN NUNCA DISSE QUE NA
NATUREZA SOBREVIVE O MAIS FORTE,
MAS SIM O QUE MAIS SE ADAPTA ÀS
MUDANÇAS.**

2

A ARTE DE FAZER PERGUNTAS



É preciso valorizar as Mafaldas

Crianças e jovens são naturalmente questionadores



É preciso estar atento à indignação, à desobediência e aos questionamentos, pois eles podem dar respostas diferentes e mostrar caminhos para mudanças.



3

A CABEÇA DO OUTRO



PENSAR COM A CABEÇA DO OUTRO

Saber ouvir e colaborar.

Empatia – ouvir as pessoas e entender as necessidades

Reconhecer e definir os problemas a partir do usuário

As vezes o que não é dito, é bem mais importante do que é dito



The Harbour School
unlocking the best



O Professor mentor

Todo educador deve ser capaz de pensar com a cabeça de seus alunos e se tornar um mentor que fará a diferença na valorização de seus canais de expressão.







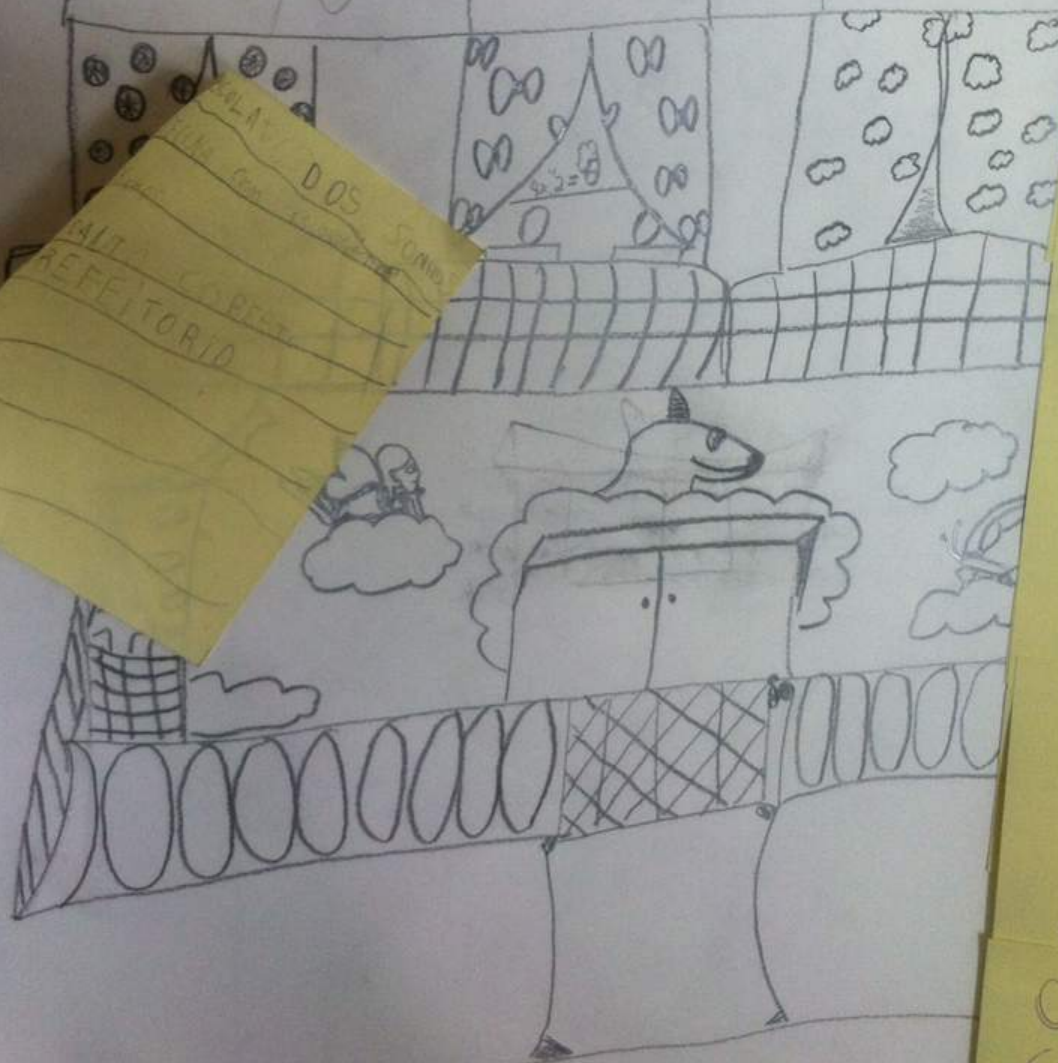
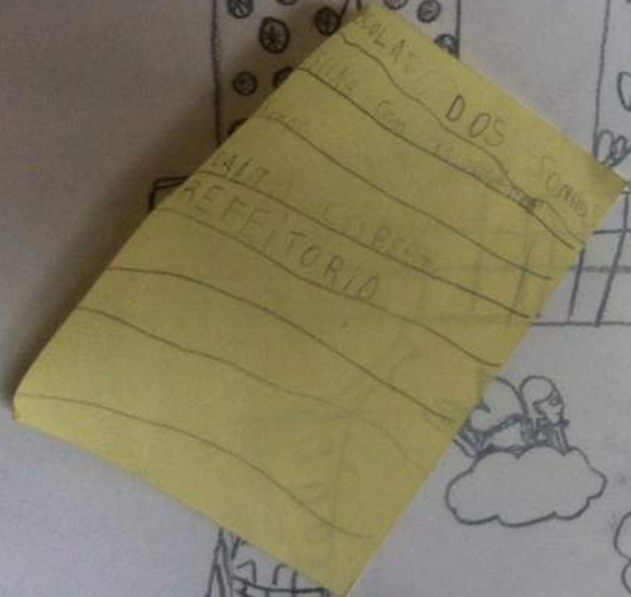
Mentoria inversa

Nenhuma criança ou jovem é um
livro em branco.



Escola dos
Maquete

sonhos
futuras



Como seria
a escola
dos meus
sonhos

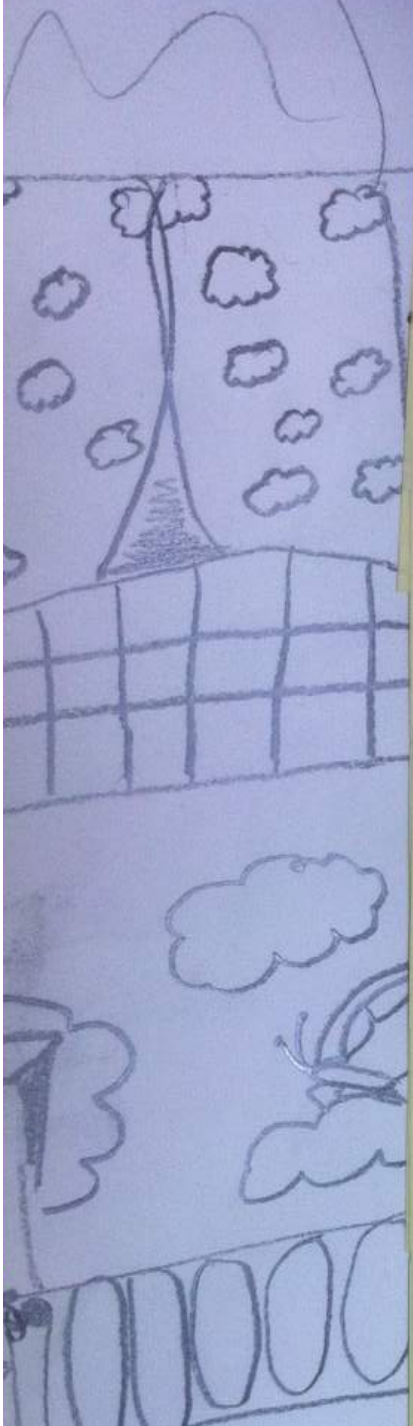
Aula de palhaço

Lugares específicos para animais

Aula de circo

Conhecer
Pessoas interessantes como:
Pintor, astrônomo,
cientista, esportista.

Aula com atores
cantores, músicos.



Come seria
a escola
dos meus
sonhos

Aula de palha-
ço

Lugares espe-
cíficos para ani-
mais

Aula de circo

Conhecer
Pessoas inte

Conhecer
Pessoas inte-
ressantes com:
Pintor, astrônomo,
cientista, escritor.

Aula com atores
cantores, músicos.

Aula de
Mágica

uma pista
de roller e
de gelo

Aula de
Poções

Pequenas

Cineastas

Aula de con-
strução de
veículos.

Aula de
unicações

Lugares de espe-
rimentos das
guias

Aula de
Antigravidade
de

Aula de
reteruaria

Aula de
confrataria

Programação
de jogos e
aplicativos

Robotica

4

ESCUTE SUA INTUIÇÃO (ERRE MAIS)



INTUIÇÃO



Sabemos mais do que conseguimos explicar.

Pressentimentos e intuições escapam das leis conscientes da lógica.

Na maioria das vezes a informação não dita é mais importante do que aquela que está sendo dita claramente.

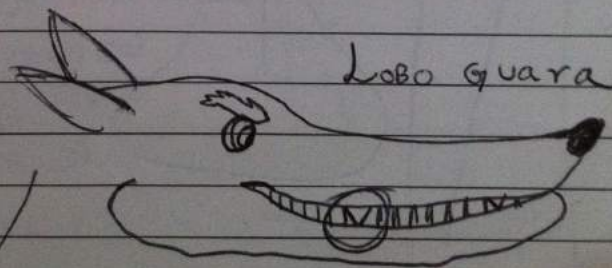
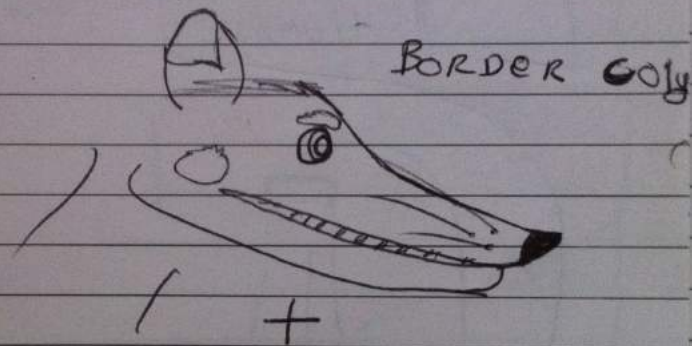


“Gosto de ter os pés no chão, mas a cabeça eu gosto que avoe”...

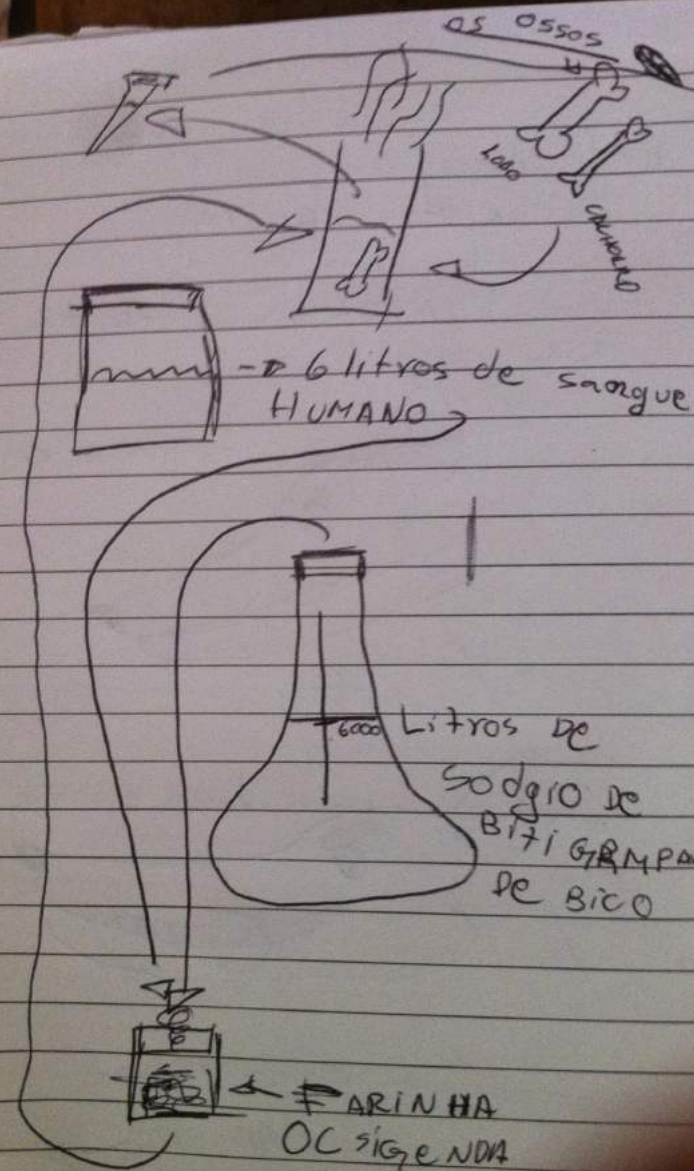
Wally Salomão

mistura de ossos
de cachorro com Lobo
Border coly guara

INVENÇÃO Feita
POR G.C.S.

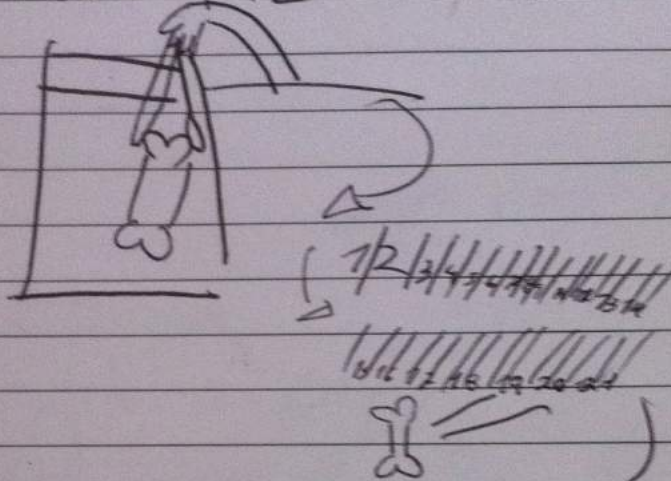


MAIS coly

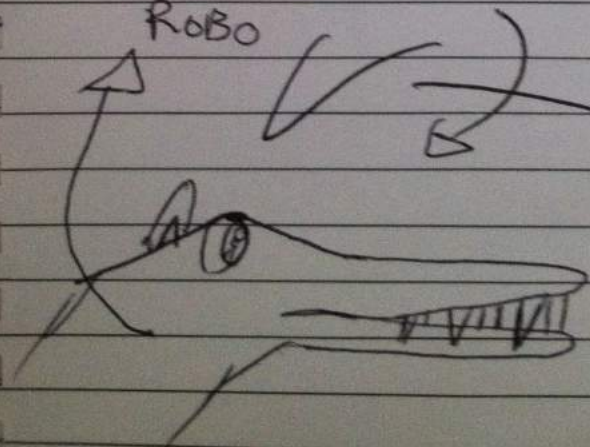


CONSTRUIR OQUE

EU FIZ



ROBO



QUASE
INFALIVEL
O MEL
PRETORICO



Stanford
University

ONDE ESTÃO OS ERROS?



5

**COMUNIQUE-SE
VERDADEIRAMENTE**





**Sem comunicação
não há criatividade,
nem inovação**

A large, complex blue metal climbing structure, resembling a geodesic dome or a large-scale climbing frame, is the central focus. It is densely populated with numerous small, colorful toy figures of people in various poses, suggesting a busy, active environment. The figures are scattered across the structure, with some hanging from the bars and others standing on the beams. The background is a blurred, bright outdoor setting, likely a park or playground, with other people and structures visible in the distance. The overall scene conveys a sense of community, activity, and shared space.

Tornar comum

UMA MOEDINHA OU GRÁTIS





Pais, professores e profissionais que se comunicam são polinizadores de ideias

Estabelece vínculos e relações o tempo todo
Investe na troca de ideias e protagonismo das pessoas
Cria desafios colaborativos – e os engaja

RELACIONAMENTO

A MELHOR ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Relacionamento - **Pele com pele** -
ouvir e compartilhar histórias e
problemas

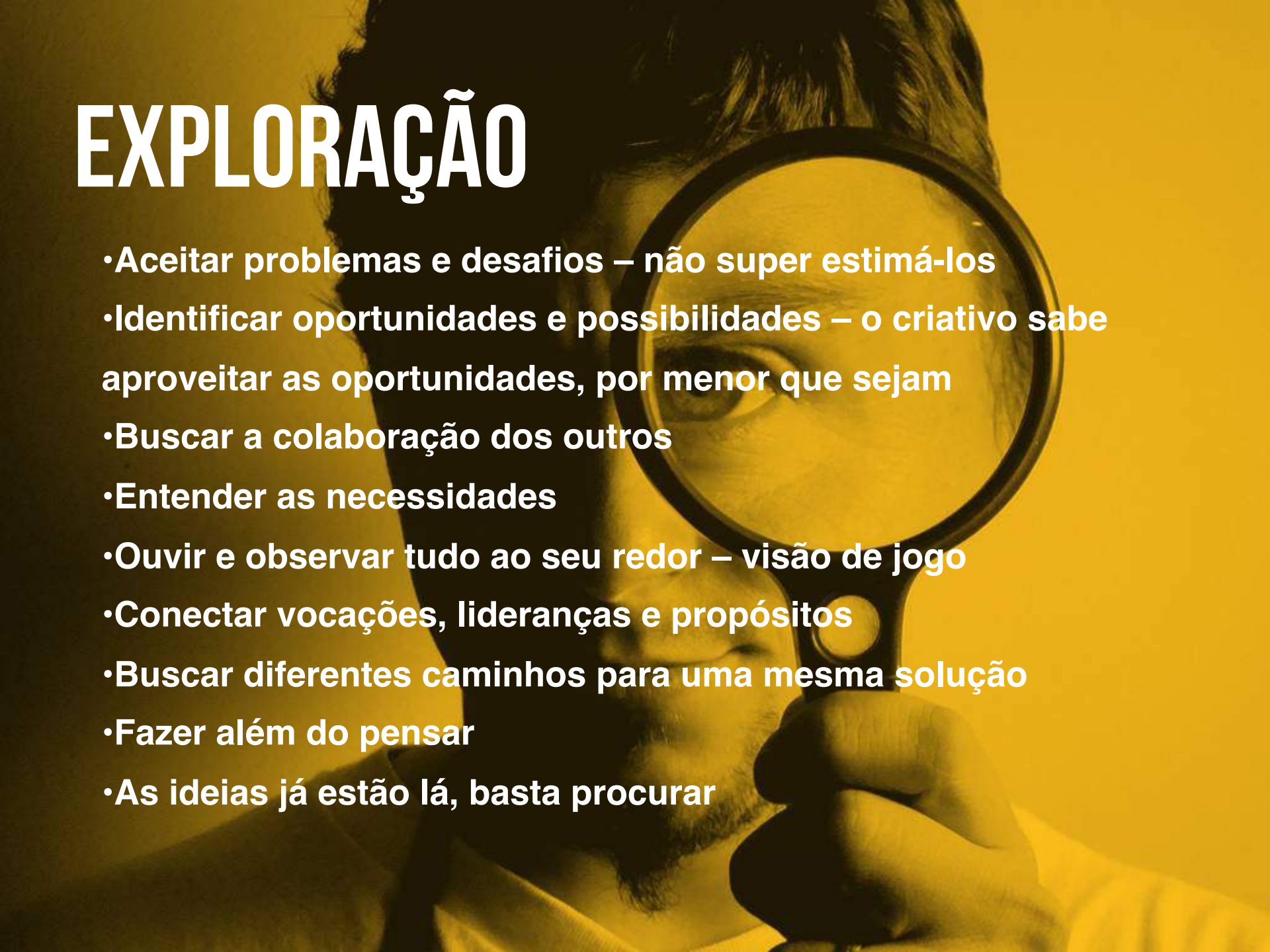
Nome do jogo - autenticidade,
transparência e colaboração



INOVAÇÃO

A person is holding a large rectangular poster with both hands at the top. The poster has a green tint and features a desert landscape with a prominent rock formation. The word "INOVAÇÃO" is printed in white, bold, sans-serif capital letters across the center of the poster. The person's hands are visible at the top edge, and their legs in blue jeans are visible at the bottom edge.

EXPLORAÇÃO

A man with a beard is looking through a magnifying glass, which is held over his right eye. The image has a strong yellow tint. The man's face is partially visible, and the magnifying glass is a large, dark-rimmed lens.

- Aceitar problemas e desafios – não super estimá-los
- Identificar oportunidades e possibilidades – o criativo sabe aproveitar as oportunidades, por menor que sejam
- Buscar a colaboração dos outros
- Entender as necessidades
- Ouvir e observar tudo ao seu redor – visão de jogo
- Conectar vocações, lideranças e propósitos
- Buscar diferentes caminhos para uma mesma solução
- Fazer além do pensar
- As ideias já estão lá, basta procurar

CONSTRUÇÃO

Abrir possibilidades – divergir

Mão na massa – Pensar fazendo

Re-definir o problema

Construir as ideias brutas

Não julgar ideias ousadas

Repensar modelos mentais e quebrar convicções

Criar modelos, rascunhos, mapas, protótipos, desenhos

Não ter medo do erro

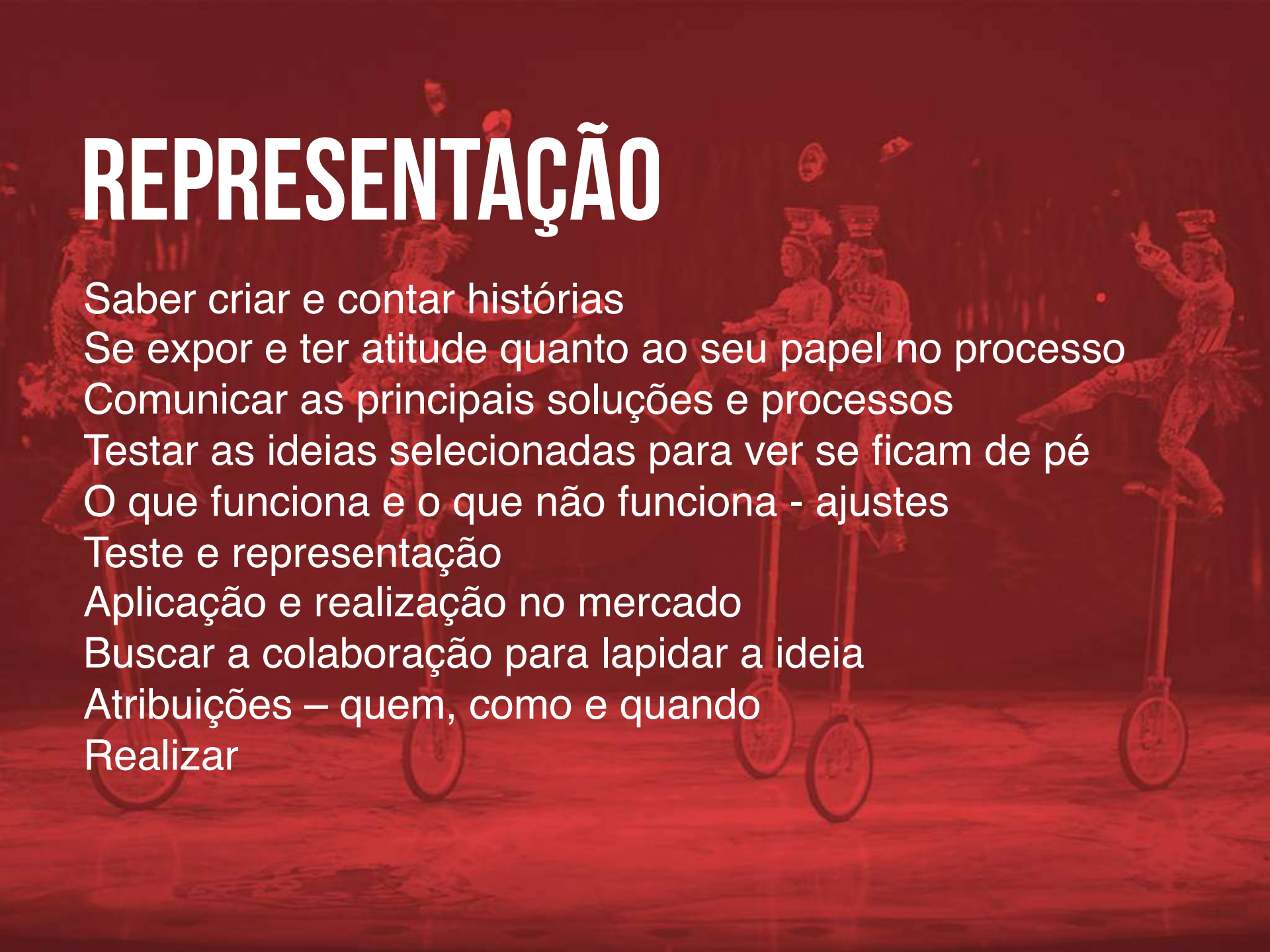
Trocar experiências e buscar opiniões fora do seu mundo

Selecionar ideias - convergir

Conectar e polinizar ideias

Apresentar soluções práticas para as melhores ideias

REPRESENTAÇÃO

The background of the slide is a red-tinted photograph of a circus performance. Several people are visible, some standing on tall, thin stilts. They are wearing costumes, and one person on the right is in a dynamic pose, possibly dancing or performing an acrobatic move. The scene is set outdoors at night or in a dimly lit arena.

Saber criar e contar histórias

Se expor e ter atitude quanto ao seu papel no processo

Comunicar as principais soluções e processos

Testar as ideias selecionadas para ver se ficam de pé

O que funciona e o que não funciona - ajustes

Teste e representação

Aplicação e realização no mercado

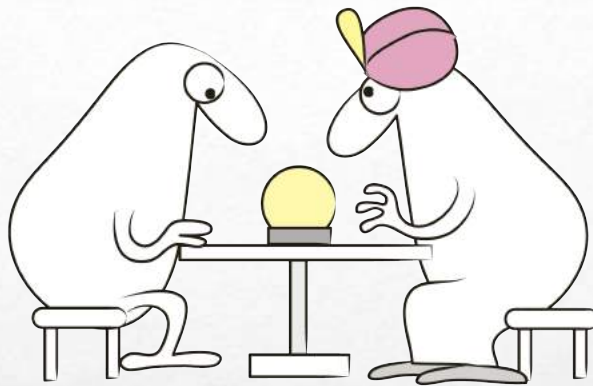
Buscar a colaboração para lapidar a ideia

Atribuições – quem, como e quando

Realizar

CRIATIVIDADE NA PRÁTICA EM CASA, ESCOLA E TRABALHO

TOQUES FINAIS



AMBIENTE CRIA COMPORTAMENTO



AND WHY is a collection of stories that are both inspiring and thought-provoking, as well as the most useful. Kelley and Kelley's stories.

THEORY is a collection of stories that are both inspiring and thought-provoking, as well as the most useful. Kelley and Kelley's stories.

How to create a culture of innovation in your organization.

How to create a culture of innovation in your organization.

It's not just about the product, it's about the process. It's not just about the product, it's about the process. It's not just about the product, it's about the process.

It's not just about the product, it's about the process. It's not just about the product, it's about the process. It's not just about the product, it's about the process.

It's not just about the product, it's about the process. It's not just about the product, it's about the process. It's not just about the product, it's about the process.

It's not just about the product, it's about the process. It's not just about the product, it's about the process. It's not just about the product, it's about the process.



CREATIVE CONFIDENCE

CREATIVE CONFIDENCE

QUANTIFYING THE IMAGINATIVE PROCESS WITHIN OF YOU

BY TOM KELLEY

DAVID KELLEY

DAVID KELLEY

117

As a result, the creative process is not just about the product, it's about the process. It's not just about the product, it's about the process. It's not just about the product, it's about the process.

It's not just about the product, it's about the process. It's not just about the product, it's about the process. It's not just about the product, it's about the process.

It's not just about the product, it's about the process. It's not just about the product, it's about the process. It's not just about the product, it's about the process.

VALORIZE O SIMPLES

NÃO ABUSE DOS ESTÍMULOS PRONTOS



O MELHOR DA VIDA

SIMPLES

E DE GRAÇA



Série: Pais & Filhos - brincadeiras e diversões

◀ (THE BEST IN LIFE IS SIMPLE AND FREE) ▶

**CONTE HISTÓRIAS
INVENTE HISTÓRIAS**

Histórias criam laços



**VALORIZE OS CANAIS DE EXPRESSÃO
E A DIVERSIDADE DE INTELIGÊNCIAS**



CRIE SENSO DE PERTENCIMENTO

TODOS QUEREM FAZER PARTE DE ALGO MAIOR







A todos da "Freguesia do
Livro", que minhas histórias inspiram
vocês todos

© Julia CS

Este livro é dedicado à todas as
crianças e adultos que sonham.

Julia



Freguesia do livro

Este livro faz parte de
uma corrente literária.
depois de ler, devolva
ou passe adiante.

Você pode colaborar trazendo livros.
www.freguesiadolivro.com.br

"Feito em Casa"
Editora

CRIE ENCANTAMENTO

“ESTAR JUNTO, SEM ESTAR PRESENTE”

PENSAMENTO GUARANI



O ESSENCIAL É INVISÍVEL PARA OS OLHOS

ANTOINE SAINT EXUPERY

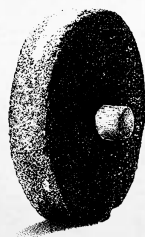
“Tu te tornas eternamente
responsável por aquilo
que cativas”





OBRIGADO

jeansigel@escoladecriatividade.com.br



**Escola de
Criatividade**

Mais simples do que você imagina

