

e-book

# Geração de ideias com *brainstorming*



**SEBRAE**



## Geração de ideias com *brainstorming*

Ideias movem o mundo, resolvem problemas, criam oportunidades.

Quando uma ideia é aplicada e traz resultados positivos, podemos chamá-la de inovação e inovações são cruciais para a competitividade e a saúde das empresas.

Um dos maiores recursos que existem nos negócios é o capital intelectual – a inteligência, a criatividade e o conhecimento dos colaboradores que compõem esse negócio. Essa inteligência nem sempre é percebida, exposta, ouvida, o que, para as empresas, é um grande desperdício de potencial. Por isso, inovam mais aquelas empresas que criam oportunidades para que essas inteligências venham à tona; elas colhem bons resultados de boas ideias.

Veja neste *e-book* como aplicar uma técnica conhecida como *brainstorming* para estimular e organizar a geração de ideias em seu negócio.



## O que é o *brainstorming*

*Brainstorming*, também conhecido como *brainstorm* ou “tempestade de ideias em tradução” literal, é uma técnica de estímulo à criatividade e à geração de ideias criada pelo publicitário Alex Faickney Osborn, ainda na década de 1940. O título ilustra o que se pretende com sua aplicação: que ocorra uma enxurrada de ideias.

**“Se quiser ter uma boa ideia, tenha uma porção de ideias.” Thomas Edison**

Dotada de simplicidade e eficácia, essa técnica se popu-

larizou em diversos setores, como o *design*, a engenharia e os negócios. Mesmo simples, ela facilita encontrar soluções até para problemas complexos, como ocorreu com equipes de engenheiros e *designers* no desenvolvimento do carro elétrico Tesla Roadster, e com cientistas e pesquisadores no desenvolvimento de uma vacina contra o vírus ebola.

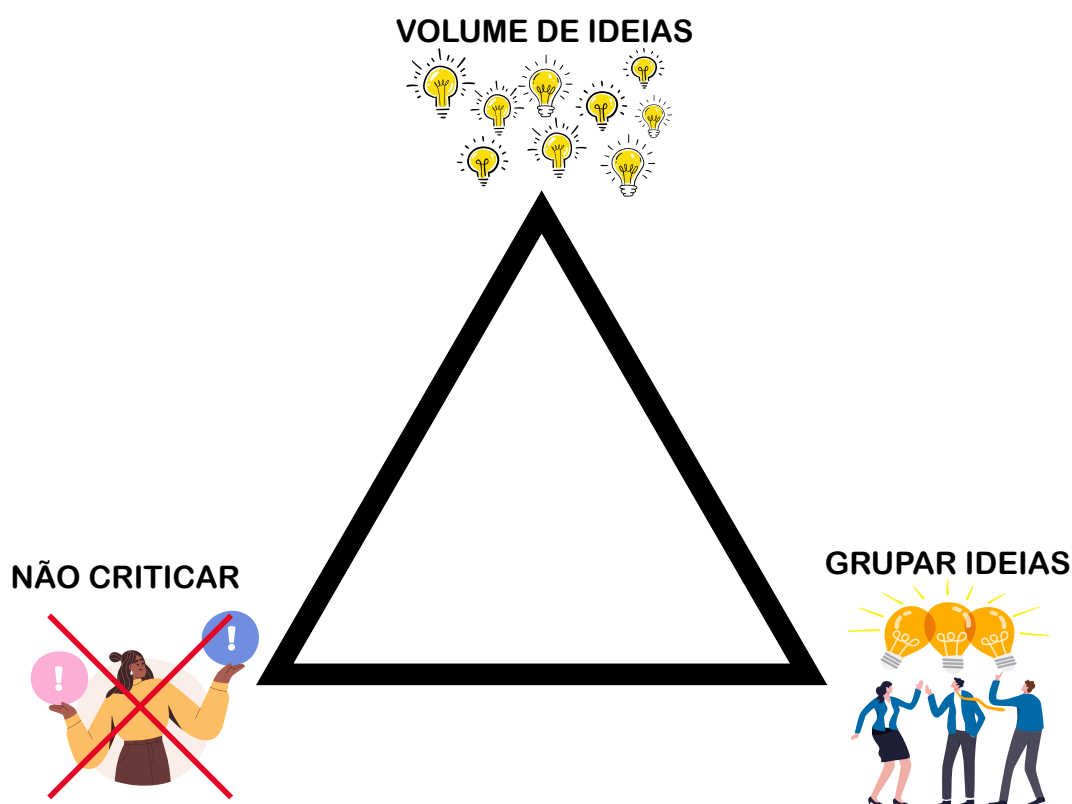
Uma reunião ou sessão de *brainstorming* provoca a geração e o compartilhamento de ideias, desafios, soluções e *insights*. O *brainstorming* é aplicável a todo tipo de ambiente, seja de trabalho ou não, desde que seja necessário encontrar soluções para problemas e questões comuns aos participantes.

### **Além de ajudar a solucionar desafios, as reuniões de *brainstorming*:**

- Promovem o trabalho em equipe.
- Estimulam e descobrem intraempreendedores.
- Ajudam a perceber outros problemas e oportunidades a tratar.
- Promovem maior senso de pertencimento e escuta aos colaboradores.

# Os princípios inegociáveis do *brainstorming*

O *brainstorming* vem recebendo várias adaptações, na busca de gerar melhores resultados, mas três princípios propostos por Osborn continuam permanentes na técnica:



## 1. Incentivar o volume de ideias

Numa reunião de *brainstorming*, a quantidade de ideias é mais importante do que a qualidade delas. Um grande volume de ideias aumenta a chance de encontrar boas oportunidades.

## 2. Não fazer críticas

Para incentivar a ampla geração de ideias é muito importante manter um ambiente de acolhimento das propostas. Para isso, é importante não fazer, nem permitir, críticas ou julgamentos de o quanto uma ideia pode parecer impraticável ou desinteressante.

**“Não tenha medo de ter ideias ruins.  
Ruim é não ter ideias.”  
Seth Godin**

## 3. Agrupar ideias similares

Nessa amplitude de ideias, algumas sugestões podem parecer repetitivas ou relacionadas. Quando isso acontece, é interessante agrupá-las por similaridade, facilitando a visualização, a organização das ideias e até a percepção de como algumas delas podem se complementar.

### **A equipe do *brainstorming***

*Brainstormings* podem ser realizados individualmente, por uma única pessoa que busca soluções para um determinado desafio, mas geralmente são realizados em grupo.



O *brainstorming* individual tem uma vantagem de deixar a pessoa mais livre para gerar e refletir sobre uma porção de ideias com menos filtros, sem se preocupar com o ego ou as opiniões de terceiros. Ideias que ela hesitaria em trazer para um grupo, com receio de julgamentos, podem ser exploradas individualmente e se mostrar possíveis soluções interessantes.

Mas contar com a criatividade, experiências, conhecimento e a pluralidade de pessoas enriquece a busca por ideias, principalmente quando se trata de desafios complexos, além de permitir a cocriação e a complementação de ideias.

Para os *brainstormings* em grupo é importante contar com três personagens: o líder, o auxiliar e os demais integrantes:





- **Líder:**

É importante que o(a) líder esteja familiarizado(a) com a aplicação da técnica *brainstorming* e com o desafio que se busca enfrentar, pois ele(ela) conduzirá a aplicação da dinâmica.

É essencial definir um(a) líder que tenha realmente a habilidade de conduzir, assim como de acolher e gerir conflitos que possam surgir, para manter a ordem e o incentivo à geração de ideias.

Uma pessoa é responsável por liderar o processo e garantir a manutenção dos princípios do *brainstorming*. Ela também deve zelar para que não haja interrupções no *brainstorming*, inibindo o surgimento de fontes de distração no ambiente, para que os participantes não percam a linha de raciocínio.



- **Auxiliar:**

A depender do número de pessoas, é importante contar com um auxiliar, ou até mais de um no caso de *brainstormings* com muitos participantes ou formados por vários grupos. Os auxiliares podem anotar as ideias sugeridas e os agrupamentos de ideias similares. O auxiliar também deve ajudar o líder na gestão de conflitos, no acolhimento, incentivo à geração de ideias e fiscalização do cumprimento dos princípios e do controle de fontes de distração.



- **Participantes:**

São os demais presentes, responsáveis por “idear” e apresentar as ideias. Os participantes devem respeitar o princípio de não julgar, inclusive as próprias ideias. Na hora de apresentar as ideias pode ser necessário que o participante que sugeriu explique-a à equipe, mas muitas sugestões costumam ser autoexplicativas.

As reuniões podem ser feitas incluindo colaboradores, clientes, fornecedores, parceiros ou setores específicos da empresa. Reflita inicialmente sobre o desafio que precisa ser resolvido ou o objetivo do *brainstorming*. E então convide as pessoas que mais podem ajudar nisso.

Mas cuidado ao formar equipes muito grandes, pois a reunião de *brainstorming* pode se tornar longa e cansativa. Ou pode não haver tempo de ouvir todas as ideias.

### Como aplicar

O *brainstorming* é um meio e não um fim. Portanto, a empresa que deseja aplicá-lo deve se lembrar que não basta cuidar só do momento de sua aplicação, mas também do tempo que antecede a ela, e do que será feito depois, por meio dela.

## Pré-aplicação

- Definir o objetivo do *brainstorming*; o desafio que será tratado.
- Organizar a equipe do *brainstorming*: quem será o líder? Quem serão os participantes? É necessário ter um auxiliar? Se sim, quem será?
- Contextualizar a equipe sobre o desafio e estimulá-la a pesquisar sobre ele.

## Aplicação

- Explicação do problema e da dinâmica.
- Anotação das ideias por parte de cada participante. Para isso é interessante usar post-its: um para cada ideia, pois são visuais e auxiliam no processo de agrupamento de ideias. Os participantes devem anotar suas ideias em silêncio para evitar interromper o fluxo de pensamento de outras pessoas e também preparar-se para evitar julgamentos alheios.



- Todas as ideias são apresentadas ao grupo. Como estão escritas, qualquer pessoa pode ser responsável por apresentá-las, inclusive o auxiliar. No entanto, é importante que a pessoa que trouxe a ideia explique-a, caso seja necessário.
- Agrupamento das ideias por similaridade.
- Encerramento e agradecimentos. O líder poderá, a critério da empresa, contar os próximos passos que serão dados para desenvolver a solução e até chamar os participantes para ajudar na escolha e desenvolvimento.

**Observe que não há a escolha de uma ideia até esse momento, nem o destrinchamento de uma solução.**

Existem adaptações da técnica que incluem a escolha da ideia e o esboço do plano durante a sessão de *brainstorming*. Mas considere que a equipe pode estar cansada, não ter autonomia para tomar decisões ou que a solução a ser escolhida seja complexa, exigindo um aprofundamento maior para criar o plano de ação.

Por isso, muitas vezes, a seleção da ideia e a construção da solução são desenvolvidas em outro momento.



## Pós-aplicação

- Documente e organize todas as ideias que surgiram.
- Defina a equipe responsável por escolher a ideia a ser praticada e planejar o desenvolvimento da solução.
- A equipe deve fazer uma análise crítica, pesando as vantagens e desvantagens de cada ideia.
- Escolha a ideia a ser aplicada, considerando a possibilidade de implementá-la no momento, o quanto ela soluciona o desafio e as vantagens e desvantagens identificadas.



- Guarde as demais ideias pois podem ser úteis e aplicáveis em outro momento.
- Monte o planejamento de implementação da ideia selecionada.
- Compartilhe com os participantes qual foi a ideia vencedora e por que ela foi escolhida.
- Implemente a ideia e mapeie os resultados.
- Compartilhe com os participantes os resultados da implementação.

## É possível fazer *brainstorming* remotamente?



Sim! É possível fazer o *brainstorming* de forma remota e a internet conta com ferramentas que podem auxiliar você nisso.



É possível, para isso, fazer uma sessão guiada por um líder, utilizando recursos de webconferência como as plataformas Zoom, Meet ou Teams, e empregar ferramentas visuais para montar quadros com post-its virtuais de maneira a organizar as ideias dos participantes.

É importante buscar ferramentas que possam oferecer acesso à edição compartilhada, de forma que todos os participantes possam adicionar seus próprios post-its virtuais em um espaço compartilhado. A Miro é uma plataforma que pode ser usada para este fim, assim como o Google Slides.

E aí, que tal usar o *brainstorming* para incentivar a geração de ideias na sua empresa? O desenvolvimento de ideias e a criatividade andam lado a lado. Assim o Sebrae desenvolveu o curso [Criatividade](#), que ensina formas para evitar bloqueios criativos e como reagir a oportunidades do mercado. Confira!



## Referências

ESTEVEZ, Rodrigo. *O Brainstorm eficaz: Como gerar ideias com mais eficiência*. 1ª ed. São Paulo: Dash Editora, 2017.

SANMARTIM, Stela Maris. *Criatividade e inovação na empresa: do potencial à ação criadora*. 1ª ed. São Paulo, Trevisan Editora, 2014.

