

ARTIGO

Estudo aponta que parcela de brasileiros passa mais de 10 horas por dia nas mídias digitais, o que tem afetado diretamente o processo criativo humano. Especialista alerta sobre os riscos da internet

Criatividade em lata

» PEDRO H. JASMIM*

Estamos vivendo uma era onde a criatividade parece estar sendo engarrafada e vendida como um produto de prateleira. Será que estamos todos presos na mesma bolha de uniformidade? A padronização das ideias está por toda parte: redes sociais, estabelecimentos comerciais, roteiros de viagens e até nos itens de decoração de nossas casas. Estamos imersos em um mar de mesmice, onde tudo se parece e nada realmente se destaca. Mas será que está tudo igual mesmo? E como evitar que nossa criatividade seja engolida por essa onda de conformidade?

Com o aumento do tempo de tela e o avanço dos recursos digitais, nos tornamos cada vez mais reféns dos algoritmos. De acordo com um estudo da Hootsuite de 2023, o adulto médio no Brasil passa mais de 10 horas por dia interagindo com a mídia digital. Isso pode estar afetando nossos processos criativos de maneira significativa. Ao consumir constantemente o mesmo tipo de conteúdo, acabamos nos limitando às mesmas ideias e perspectivas, o que leva a uma uniformidade sufocante. A constante exposição ao mesmo tipo de estímulo pode atrofiar nossa capacidade de inovar e pensar fora da caixa.

Então, como isso afeta o nosso processo criativo? O processo criativo é uma jornada pessoal que combina

inspiração e transpiração. É um conjunto de etapas que seguimos para gerar novas ideias, resolver problemas ou produzir algo original. Cada pessoa tem seu próprio método, seja isolando-se, fazendo sessões de brainstorming, desenhando, vendo filmes, conversando com amigos ou escutando música que ama. Não existe um jeito certo ou errado, cada um funciona de uma maneira.

Meu processo criativo é pautado na busca de referências e é um instrumento de trabalho, mergulho em diversas fontes de inspiração — arte, literatura, moda, design — sempre à procura de elementos que possam acender uma faísca criativa. Muitas vezes, transporto elementos de um contexto para outro totalmente diferente. Embora a internet seja uma grande parceira, é importante lembrar que ela também pode ser uma armadilha.

Recentemente, me deparei com um conteúdo de uma blogueira de moda do Instagram. Ela falava sobre como os algoritmos estão matando a criatividade e destacou como, nos últimos anos, tudo começou a parecer igual — dos posts do Instagram aos cafés, das estéticas aos hotéis. Estamos vivendo em uma bolha de uniformidade, alimentada por algoritmos que só reforçam determinados padrões. E pensei: “não sou o único que está vendo isso.”

O risco crescente para a inovação e o progresso cultural — em áreas como música, moda e design — é evidente, levando a uma estagnação intelectual e a padrões ainda menos inclusivos. É como se todos estivéssemos pesquisando nas mesmas pastas do Pinterest — para quem ainda não conhece, o Pinterest é uma rede social muito usada por criativos para

buscar referências estéticas. Para os que gostam de memes, seria como o “pode copiar, só não faz igualzinho”, ou seja, cópias melhores e piores das mesmas coisas.

A criatividade está sendo tratada como uma commodity, algo padronizado e replicável, como se fosse possível embalar a originalidade em caixas e vendê-las em prateleiras. O algoritmo está sufocando a criatividade e a originalidade de maneira clara. Hoje, consumimos nossas referências com base no que o algoritmo nos mostra, reforçando nossos gostos passados e limitando nossa visão de futuro. Estamos presos em um ciclo vicioso de mediocridade, onde tudo é reciclado e nada é realmente novo.

A solução está fora dos stories. Para sermos verdadeiramente disruptivos, devemos ir além do que os algoritmos nos oferecem. Buscar novas informações, interagir com pessoas fora do nosso círculo e desenvolver nosso gosto pessoal através da curadoria humana são passos essenciais. A curiosidade é a chave para manter a criatividade viva. Explorar novos lugares, conversar com estranhos e diversificar nossas experiências são práticas que nos ajudam a fugir da uniformidade imposta pelos algoritmos.

Lembrando que a criatividade não é um dom, mas uma habilidade que precisa ser exercitada, estimulada e cultivada. Para garantir a originalidade e a inovação, é crucial que nos afastemos da padronização e busquemos constantemente novas fontes de inspiração.

*CEO e co-fundador do Grupo Berlinn, holding de brand solutions e agência de brand experience

Pedro Jasmim, CEO do Grupo Berlinn, critica a padronização das ideias e a influência dos algoritmos: "Tudo se parece e nada se destaca"