

TÉCNICA DE BRAINSTORMING

Prof. Dr. Alexandre Farias Albuquerque
Prof. Dr. Edmundo Escrivão Filho

Um dos objetivos da aprendizagem baseada em problemas (PBL) é estimular a criatividade dos alunos na proposta das possíveis causas do problema que está sendo estudado.

O *brainstorming* (tempestade de idéias) é uma técnica que pode contribuir para este fim. É uma maneira de conseguir muitas idéias de um grupo de pessoas em pouco tempo (RAWLINSON, 1981).

A palavra *brainstorming* foi criada para designar um processo em que as pessoas interagem verbalmente, dentro de certas condições. Cada pessoa fala, dando sugestões para resolver um problema, sem que essas sugestões sejam criticadas pelos outros participantes do grupo (BATEMAN e SNELL, 1998; MAXIMIANO, 2000). Significa dizer que nesta fase do processo de resolução do problema apresentado pelo professor, as idéias propostas individualmente por cada integrante não devem sofrer censura dos demais participantes do grupo.

Esse processo de produção de idéias deve ser conduzido pelo líder do grupo, devendo relatar aos participantes algumas recomendações (OSBORN¹ apud KOTLER, 1998):

- A crítica está fora de cogitação, isto é, o julgamento da idéia proposta;
- O livre arbítrio é bem-vindo, isto é, quanto mais extravagante a idéia melhor. As pessoas devem se expressar livremente;
- O maior número de sugestões por parte dos integrantes do grupo deve ser encorajado;
- A combinação e o aperfeiçoamento das idéias propostas devem ser encorajados.

Bateman e Snell (1998) afirmam que em um ambiente de *brainstorming* – livre de críticas – as pessoas menos inibidas possivelmente irão externar suas idéias incomuns, criativas ou mesmo loucas, diagnosticando as possíveis causas ou buscando a melhor solução para o problema. Após o levantamento das idéias, estas devem ser analisadas uma a uma, levando-se em conta as evidências encontradas no problema proposto.

REFERÊNCIAS

- BATEMAN, Thomas S.; SNELL, Scott A. (1998). *Administração: construindo vantagem competitiva*. São Paulo: Atlas.
- KOTLER, Philip (1998). *Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle*. 5. ed. Atlas: São Paulo.
- MAXIMIANO, Antônio C. A. (2000). *Introdução à administração*. 5. ed. Atlas: São Paulo.
- RAWLINSON, J. Geoffrey (1981). What is brainstorming? In: *Creative thinking and brainstorming*: New York: John Wiley & Sons.

¹ OSBORN, Alex. *Applied imagination*. 3. ed. New York: Scribner's, 1963, p.286-287.