

Observação e execução: o aprendizado na arte aplicado ao mercado

Existem ainda os que pensam na ideia de que um cérebro criativo elimina a chance de desenvolver habilidades analíticas e vice-versa. Por muito tempo também vingou a teoria de que podemos desenvolver um lado do cérebro, sendo o lado criativo ou o racional. Acontece que tais afirmações caíram em desuso por conta da neuroplasticidade do nosso cérebro, isto é, a habilidade que o cérebro possui de se reorganizar e formar novas conexões no decorrer da vida. De acordo com a escola de neurociência [Brain Academy](#), isso significa que, independentemente da idade, é possível aprender novas habilidades, além de criar e modificar hábitos.

Sabendo disso, quando se fala da necessidade de trabalhar com marketing e métricas, costuma-se sugerir um perfil analítico, centrado, metuculoso. Contudo ao pensar num artista, busca-se um perfil criativo, inventivo e irreverente. E o grande fato: **é possível adquirir e envolver tais habilidades.**

A ideia da OBSERVAÇÃO X EXECUÇÃO

Existem diversas metodologias para ensinar a prática de desenhar, mas uma delas se tornou um grande marco: a percepção espacial x representação, o que sugiro adaptar para o conceito “OBSERVAÇÃO x EXECUÇÃO”.

Na OBSERVAÇÃO durante o curso de ilustração, foi aplicada a prática da “cópia”. Durante as aulas, por dois anos, foram passados exercícios de cópia das mais diversas ilustrações, estas envolvendo pessoas, animais, veículos, paisagens, perspectivas e criaturas. Tudo isso para proporcionar habilidades visuoespaciais que permitiram um julgamento mais eficaz sobre anatomia, distância, perspectiva, etc. Na observação, houve o desenvolvimento das capacidades ANALÍTICAS, de poder visualizar os detalhes com mais precisão. Técnicas foram ensinadas também, mas sempre seguindo o padrão de OBSERVAR a arte do outro para que o trabalho do aluno se tornasse cada vez mais próximo do original.

Após essa fase, seguiu a parte mais “divertida”, que seria a EXECUÇÃO. Nela, a capacidade CRIATIVA era desenvolvida. Qual personagem desenhar? Como ele (a) se sente? O que faz? Aonde está? Na execução criativa, a observação nunca era deixada de lado, pelo contrário, servia de parâmetro para que a criação possuísse coerência em seu todo.

Aplicabilidade ao marketing

Já pensou por que cursos de marketing geralmente apresentam cases de sucesso aos alunos? Tendo em vista o conceito abordado, pode-se perceber que houve a OBSERVAÇÃO nesse contexto. Da mesma forma que são estudadas ferramentas para marketing digital (links patrocinados, tráfego orgânico, mídia programática...), aprendemos inicialmente a observar e aplicar algumas táticas a fim de testar as opções até entender o seu todo. Percebemos seus processos, opções e configurações. Já na EXECUÇÃO, as estratégias aplicadas ao negócio são criadas, testadas e analisadas. Mesmo sendo uma ideia apresentada para desenvolver artistas, vamos ver como é possível aplicar aos profissionais que atuam com dados e números.

- Quando aprendemos a OBSERVAR, deixamos de pular etapas e evitamos os famosos “achismos”, pois há a base teórica por trás;
- Ao OBSERVAR, também descobrimos funcionalidades específicas das ferramentas que permitirão estratégias muito mais criativas;

- Na OBSERVAÇÃO, somos capazes de entender os significados de cada número, detectar falhas na EXECUÇÃO e isso permitir otimizações durante o processo;
- Durante a EXECUÇÃO, é possível ter insights com coerência ao repertório que foi garantido;
- Na EXECUÇÃO, definimos KPI's e determinamos sentidos novos aos números que foram observados;
- Num cargo de gestor, também é possível aplicar o conceito e OBSERVAR as percepções, necessidades, ambições e valores do colaborador e assim EXECUTAR as melhores estratégias para que haja seu desenvolvimento.

E sabe o que potencializa a OBSERVAÇÃO e a EXECUÇÃO? A PRÁTICA.

Conhecimentos teóricos são essenciais, mas como no desenho, no marketing e na gestão de pessoas, apenas saber o nome de cada instrumento, ferramenta ou colaborador não traz o resultado esperado. Para isso, a prática precisa ser constante e baseada em TESTAR e ANALISAR para entender o cenário.

Algumas aplicações básicas para o dia a dia:

- Observação – pratique a [ESCUTA ATIVA](#) ao conversar com seu colaborador e perceba suas intenções antes de criar conclusões impulsivas;
- Observação – antes de criar uma estratégia para mídias sociais, por exemplo, estude a fundo cada canal, descubra as possibilidades, siga referências do setor, estude cases, faça um modelo aplicado ao mercado e depois EXECUTE sua ação. Como todo bom social media sabe, anúncio nunca foi só subir dinheiro na mídia;
- Execução – ao fazer seu brainstorming e elaborar as estratégias, aplique o que você aprendeu durante a observação e detecte possíveis falhas ou sinais de que algo pode passar por melhorias, seja num texto criado, numa cor de imagem, ou, no caso de um ilustrador, se a anatomia faz sentido para sua criação.

É claro que cada profissional possui a metodologia que mais lhe faça sentido e este artigo busca apresentar um dos tipos de mentalidade que podem ser seguidos, mas é válido reiterar que nosso cérebro é capaz de ser inventivo e analítico. Isso apenas depende das conexões que estamos dispostos a criar!