

FELICIDADE, TALENTO E  
PRODUTIVIDADE



SÉRGIO ALMEIDA  
FUNDADOR DO SEAL  
GROUP



# Transformar a Visão em Realidade: a Estratégia Disney da Criatividade

A 5 de dezembro de 1901, nasceu um empreendedor, cujo legado transcendeu décadas e gerações. A visão e a paixão de Walt Disney revolucionaram a indústria de animação, inspirando milhões ao redor do mundo. Disney era um mestre da criatividade, cujo trabalho e determinação incansáveis o levaram a criar um império que, hoje, ultrapassa os 88 mil milhões de euros em ativos e emprega mais de 180 mil pessoas.

A Companhia Walt Disney continua a prosperar, mesmo após a partida do seu visionário fundador, graças à aplicação contínua das estratégias desenvolvidas por Walt. Uma dessas estratégias é o **Método Disney da Criatividade**, estudado pelo autor Robert Dilts no seu livro "Estratégias de um Gênio". Este método, também conhecido como **Pensamento Disney**, é uma abordagem estruturada para resolver problemas e gerar ideias, incorporando três papéis de pensamento distintos: o **Sonhador**, o **Realista** e o **Crítico**.

O Método Disney incentiva indivíduos e equipas a abordar projetos e desafios, a partir de múltiplas perspectivas, promovendo a inovação e o planeamento abrangente.

## As etapas do Método Disney

O **Sonhador** - Todo processo criativo começa com uma visão, um sonho. É um momento único em que o empreendedor deve estar livre de quaisquer outras preocupa-



imagem: Parade

ções, o seu *mindset* deve permitir sonhar livre de restrições, sem se preocupar com detalhes de execução ou críticas, apenas focado no próprio na sua visão. Para auxiliar nesse papel, Walt Disney mantinha uma sala colorida e caótica, adornada com pinturas e desenhos inspiradores, onde as críticas não tinham lugar — apenas os sonhos. O papel do sonhador é explorar o mundo das ideias com uma visão voltada para o futuro, procurando, constantemente, inovações e novidades. Uma vida extraordinária é alcançada quando se sonha livremente, sem limitações. Todos podemos afirmar que em algum momento já tivemos os nossos momentos de sonhador, em que imaginamos uma vida para além da realidade, sem nos prendermos às limitações, muitas delas reais, outras auto impostas.

O **Realista** - A conhecida marca Pirelli lançou uma campanha nos anos 90 que tinha como tema "De nada serve a potência sem controlo". Para além dos sonhos, está a realidade. A diferença entre aqueles que têm alto desempenho e os que não progredem está na capacidade de transformar os sonhos em reali-

dade. Enquanto sonhar exige liberdade mental, realizar requer ação e foco. O realista é responsável por trazer os sonhos para o mundo real, utilizando as ferramentas disponíveis ou criando novos caminhos para alcançá-los. Para encarnar esse papel, Disney trabalhava numa sala ampla e equipada, onde cada animador tinha os recursos necessários para transformar os seus sonhos em realidade. Ao contrário do sonhador, o realista foca-se no presente e procura formas de concretizar os sonhos a longo prazo, através de ações imediatas.

O **Crítico** - Este papel não é sobre sonhar nem realizar, mas sim sobre avaliar os sonhos e as ações realizadas até ao momento. O crítico identifica erros e falhas para ajustar os projetos em andamento. Disney tinha sua própria "Sauna", uma pequena sala onde podia avaliar os seus esboços e projetos. Ele separava, de forma clara, os momentos de sonhar, realizar e criticar. Esse processo é cíclico, continuando até que os ajustes necessários tenham sido feitos e os sonhos realizados. As críticas são essenciais para aprimorar, tanto os sonhos como a sua concretiza-

ção. Walt Disney descreveu estas três fases ao afirmar que "O contador de histórias precisa de ver na sua própria mente como todos

tivas e envolventes para anúncios ou promoções. Em seguida, fazem a transição para o papel de "Realista", avaliando a viabilidade de implementar essas ideias, dentro das restrições orçamentais e de tempo. Por fim, a etapa de "Crítico" ajuda-os a identificar possíveis reações negativas ou problemas com a campanha proposta, resultando em estratégias de marketing refinadas e eficazes.

Já a Google, adotou o Método Disney na sua "Moonshot Factory", também conhecida como X Lab, onde as equipas debatem projetos ambiciosos e inovadores. Como "Dreamers", geram ideias radicais para resolver problemas globais significativos, como por exemplo, fornecer acesso à Internet em áreas remotas, através de balões de elevada altitude. O papel realista envolve avaliar o aspeto técnico, financeiro e logístico dessas ideias ousadas. E, por fim, a função de Crítico ajuda a identificar potenciais riscos e des-

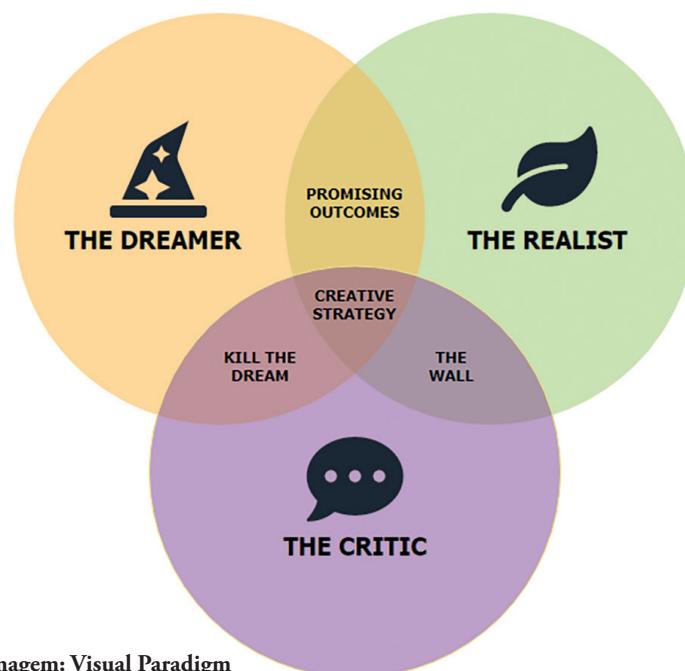


imagem: Visual Paradigm

os pedaços de uma história serão colocados. Ele deve sentir cada expressão e cada reação. Ele deve afastar-se suficientemente da sua história, para ter uma segunda visão sobre ela".

## Casos práticos

Este método é amplamente utilizado em diversas indústrias criativas, incluindo cinema, design e inovação, para desenvolver e refinar ideias e projetos complexos. Ao seguir um processo estruturado, os indivíduos garantem uma abordagem equilibrada e abrangente para a resolução de problemas. Outras empresas de referência, não associadas à área criativa, têm utilizado, com sucesso, o Método Disney nas suas operações.

A Coca-Cola, por exemplo, aplica esse método nas campanhas de marketing. A sua equipa de especialistas inicia este processo assumindo o papel de "Sonhador", através do qual geram ideias cri-

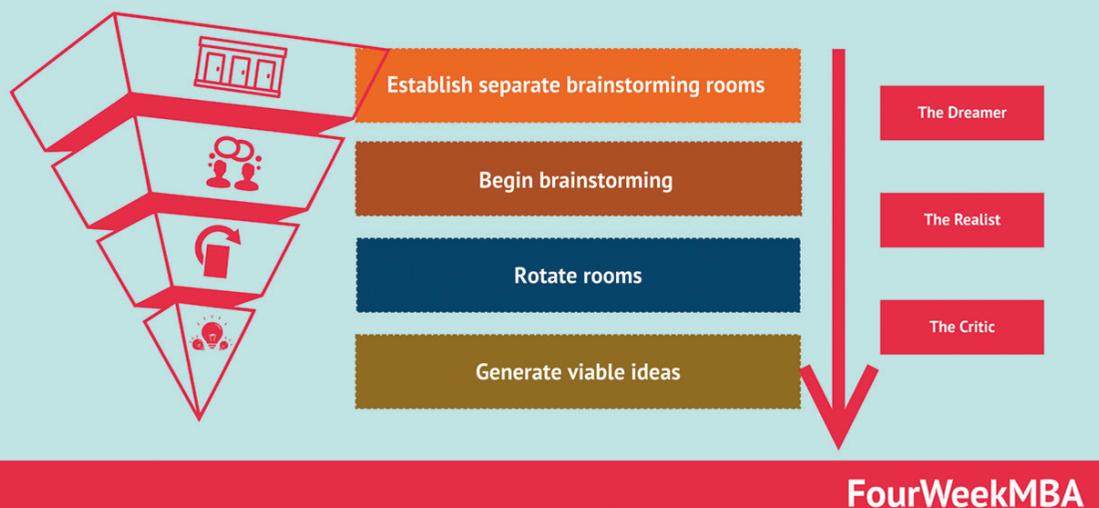
vantagens, orientando o desenvolvimento do projeto.

Os benefícios do Método Disney são vastos: promove uma **idealização abrangente**, garantindo que as soluções sejam criativas e viáveis. Além disso, fomenta a **colaboração eficaz** entre os membros da equipa, permitindo diversas perspectivas e contribuições. Naturalmente que existem desafios associados ao método, por exemplo, a transição entre os diferentes papéis de pensamento, que pode ser difícil para alguns indivíduos. Além disso, o processo estruturado pode exigir mais tempo do que sessões tradicionais de *brainstorming*. Acredito que muitas vezes ficamos "presos" ao papel de crítico de nós mesmos... cabe então a cada um de nós escolher efetivamente onde quer estar, transformando a visão em realidade, sendo certo que tudo começa com um sonho.

"Criatividade é como fazer ginástica: quanto mais se exercita, mais forte se fica!" - Walt Disney

## Walt Disney Method In A Nutshell

The Walt Disney method is a parallel thinking technique used by groups to analyze problems, generate and evaluate ideas, and construct and critique a plan of action. The Walt Disney method was invented by author and trainer Robert B. Dilts in 1994. It moves along three role-playing figures: the dreamer, the realist, and the critic.



FourWeekMBA

imagem: Four Week MBA