

PENSAMENTO CRIATIVO

PENSAMENTO CRIATIVO:
TÉCNICAS E FERRAMENTAS PARA
O SUCESSO EMPRESARIAL



CONTEÚDO

Introdução _____	3
Resultados Esperados de Aprendizagem _____	4
Exercício de auto-reflexão _____	5
Introdução aos Princípios da Criatividade _____	6
Os Métodos e Ferramentas do Pensamento Criativo _____	10
O Papel da Criatividade na Economia Circular _____	13
O Pensamento do Design como Ferramenta para a Resolução de Problemas e Desenvolvimento da Criatividade _____	16
Exemplos inspiradores de produtos criados onde a criatividade teve um papel importante _____	21
Tarefa de Avaliação Final _____	25
Teste Final _____	29
Leituras e Recursos Adicionais _____	31



INTRODUÇÃO

Este vídeo introduz o conceito de pensamento criativo e o papel da criatividade numa economia circular.



RESULTADOS ESPERADOS DE APRENDIZAGEM

CONHECIMENTO	<ul style="list-style-type: none">• Conhecimento real do que é o pensamento criativo e porque é importante usá-lo numa economia circular• Conhecimento do mapeamento da mente - mapeamento e brainstorming durante o processo de pensamento criativo
HABILIDADES	<ul style="list-style-type: none">• Identificar os benefícios do pensamento criativo para se adaptar às rápidas mudanças e gerar inovação na economia circular• Compare e contraste diferentes ferramentas de pensamento criativo
ATITUDES	<ul style="list-style-type: none">• Abertura para desenvolver competências no Pensamento Criativo e para gerar diversas ideias de economia circular• Disposição para oferecer apoio e orientação aos outros para pensar de forma criativa• Vontade de resolver problemas pensando de forma criativa usando métodos como brainstorming, mapa mental ou pensamento de design



A silhouette of a person's head and shoulders in profile, looking upwards and to the left. The person is set against a dark background, with a light source from the left creating a strong highlight on the right side of their face and neck, and casting the rest into deep shadow. The overall mood is contemplative and focused.

EXERCÍCIO DE AUTO-REFLEXÃO

Por favor, preencha o exercício de auto-reflexão para testar o seu conhecimento sobre o pensamento criativo e a criatividade. Há apenas cinco perguntas, tenha cuidado, há perguntas em que as respostas certas são mais do que uma.

[Clique aqui para ver o exercício.](#)

INTRODUÇÃO AOS PRINCÍPIOS DA CRIATIVIDADE

“A criatividade é o novo poder. O sucesso não é sobre o que sabemos, mas sobre o que podemos criar” (Griffiths, 2019). Este artigo irá apresentar-lhe os princípios da criatividade e do pensamento criativo.

Há provas de criatividade desde que os nossos registos históricos se estendam para trás. Tem havido muitas definições de criatividade na literatura e na academia:

1. A criatividade é um passo necessário no processo de inovação (Carson, & Carson, 1993)
2. A criatividade é a chave para a educação no seu sentido mais completo e para a solução dos problemas mais graves da humanidade (Guilford, 1967).
3. A criatividade é tipicamente definida como a capacidade de gerar novas associações que são adaptativas de alguma forma (Ward, Thompson-Lake, Ely, & Kaminski, 2008).
4. A criatividade pode ser definida como a capacidade de transformar a experiência em interpretações originais e significativas (Runco, & Cayirdag, 2012).
5. A criatividade é essencial para o progresso humano (Hennessey, & Amabile, 2010).

A criatividade denota a capacidade de uma pessoa produzir ideias novas ou originais, insights, invenções ou produtos artísticos que são aceites pelos especialistas como sendo de valor científico, estético, social ou técnico, e de responsabilidade.



Criatividade é a capacidade de imaginar ou inventar algo novo ou valor onde o valor pode ser pessoal, social, financeiro ou alguma combinação destes. Criatividade não é a capacidade de criar algo do nada, mas a capacidade de gerar novas ideias através da combinação, mudança ou reaplicação de ideias existentes. Algumas ideias criativas são espantosas e brilhantes enquanto outras são simplesmente boas ideias práticas que ninguém parece ter pensado ainda.



A criatividade está muito ligada ao pensamento criativo. Nos estudos de pesquisa, principalmente estes termos estão próximos uns dos outros. Se a criatividade é a capacidade de gerar novas ideias, então o pensamento criativo é o processo que utilizamos quando surgem novas ideias. É a fusão de ideias que nunca foram fundidas antes. Criatividade e pensamento criativo são centrais para a economia circular. A economia circular é essencialmente uma ideia simples que procura promover a consciência do uso ambientalmente eficiente de matérias-primas finitas, e a minimização do desperdício que é intrínseco aos modelos lineares. O modelo procura conceptualizar o ciclo de vida dos recursos e produtos como um ciclo idealizado de utilização e reutilização; reconhecendo também que, estrategicamente, um ciclo incompleto resulta em redundância e potencial desperdício.



OS MÉTODOS E FERRAMENTAS DO PENSAMENTO CRIATIVO

Métodos e ferramentas de pensamento criativo que podem ser usados para promover produtos inovadores e acções criativas. Este é o primeiro passo na prática e aprendizagem do pensamento criativo, estudando e usando métodos e ferramentas, também na prática. Existe uma vasta gama de ferramentas disponíveis para a geração de ideias, empregando um pensamento divergente e convergente para a definição do problema, exploração das características do problema, geração de opções de solução, avaliação e implementação de ideias. Os consultores globais de gestão McKinsey & Co enfatizam que, “Há muitas razões pelas quais as empresas têm um bom desempenho, tais como posição no mercado ou liderança tecnológica. Mas também é verdade que a criatividade e o pensamento criativo estão no centro da inovação empresarial, e a inovação é o motor do crescimento”.



A importância do pensamento criativo e da inovação não pode ser sobrestimada. Portanto, as empresas podem ter agora os melhores produtos e processos, mas se uma organização não tiver pensadores criativos, serão deixados para trás pela sua concorrência. Existem muitos métodos e ferramentas de pensamento criativo que podem ser usados para desenvolver novas ideias e conceitos. Um dos métodos mais populares e mais comuns são:

- Brainstorming, que energiza as equipas das empresas e traz uma quantidade assombrosa de ideias. Pode aproveitar um vasto corpo de conhecimento e criatividade. O Brainstorming funciona melhor quando o grupo é positivo, optimista e focado na geração do maior número de ideias possível. Neste link são fornecidas sete regras que desbloqueiam o poder criativo de uma sessão de brainstorming: <https://www.designkit.org/methods/28> (apenas em inglês). Siga 5 passos para organizar um brainstorm: 1) Distribua canetas e Post-its a todos e tenha um grande pedaço de papel, parede, ou quadro branco para os colar; 2) Reveja as Regras do Brainstorm antes de começar; 3) Escolha a pergunta ou o prompt que quer que o grupo responda. Ainda melhor se a escrever e afixar; 4) Como cada pessoa tem uma ideia, faça com que ela a descreva ao grupo à medida

que a coloca na parede ou no quadro; 5) Gere o máximo de ideias possível. Há também algumas ferramentas digitais que podem ser usadas em actividades de brainstorming:

- <http://keithsawyer.com/zzdeck/>
- <http://75toolsforcreativethinking.com/>
- <https://innovation.tools/products/killer-questions-card-deck>
- O mapeamento da mente é uma maneira fácil de fazer um brainstorming de pensamentos organicamente sem se preocupar com a ordem e estrutura. Permite-lhe estruturar visualmente as suas ideias para ajudar na análise e na recordação. Um Mind Map é um diagrama para representar tarefas, palavras, conceitos ou itens ligados e organizados em torno de um conceito ou assunto central usando um layout gráfico não linear que permite ao utilizador construir uma estrutura intuitiva em torno de um conceito central. Um Mind Map pode transformar uma longa lista de informação monótona num diagrama colorido, memorável e altamente organizado que funciona de acordo com a maneira natural do seu cérebro de fazer as coisas. Algumas visualizações de como o mapeamento da mente pode parecer:

Existem também ferramentas digitais que podem ser usadas:

- <https://miro.com/templates/mind-map/>
- <https://xmind.app/share/>
- <https://www.ayoa.com/mind-mapping/software/>

e muitos outros.

Os métodos de pensamento criativo podem ajudar a desenvolver a criatividade que é parte integrante do processo de resolução de problemas. Empregar o pensamento criativo no trabalho pode fazer de si um membro valioso da equipa, uma vez que irá gerar ideias que a empresa pode usar. Pensar criativamente pode também permitir-lhe desenvolver ideias que podem levá-lo a apresentar novas inovações. Muitos grandes pensadores e empreendedores são ou foram pensadores criativos que seguiram caminhos independentes e fizeram algumas das maiores descobertas e invenções de todos os tempos: Steve Jobs, Nikola Tesla e muitos outros.



O PAPEL DA CRIATIVIDADE NA ECONOMIA CIRCULAR

A economia circular é um quadro de solução de sistemas que aborda desafios globais como as alterações climáticas, a perda de biodiversidade, o desperdício e a poluição. Como o conceito de economia circular se tornou mais amplamente aceite como uma forma atractiva de avançar, as empresas em todo o mundo têm estado a repensar a forma como concebem, fazem e refazem os seus produtos. Portanto, o pensamento criativo assume um papel importante e os designers e criativos podem ter um impacto importante na economia circular. Eles também encorajam soluções a montante que podem construir uma mudança sistémica.

O pensamento criativo oferece um futuro onde os produtos, serviços e sistemas de design têm em mente o panorama geral. Um futuro onde fazer zoom sobre as necessidades dos utilizadores. Um futuro onde desbloquear uma nova fronteira de criatividade para enfrentar os desafios globais na sua raiz. Todos estes aspectos estão muito ligados à economia circular.

Em indústrias como a moda e as embalagens de plástico, mais de 80% de todos os materiais dos nossos produtos e serviços são destinados a aterros ou incineradores, com uma quantidade significativa também a vazar para fora do sistema e para ambientes naturais.

É por isso que é necessário adoptar uma abordagem fundamentalmente diferente na forma como as empresas criam os produtos, serviços e sistemas à nossa volta. É importante procurar “a montante” para enfrentar os desafios que o mundo enfrenta - enfrentá-los na fase de concepção em vez de tratar os sintomas dos problemas. Por exemplo, a Lush e muitas outras empresas estão simplesmente a vender produtos sem embalagem. A Lush redesenhou alguns dos seus produtos de cuidados pessoais líquidos para serem vendidos como formulações sólidas que substituem os produtos líquidos em



garrafas de plástico. A sua gama 'nua' inclui agora champô, amaciador, lavagem corporal, toner, e desodorizante. É crucial olhar para os sistemas como um todo para compreender como as criações de cada indivíduo se encaixam no quadro geral. E por isso é importante ter uma visão inspiradora e uma estrutura que possa funcionar a longo prazo. Os empreendedores sugerem o uso do design circular como uma abreviatura para a prática da aplicação dos princípios da economia circular na fase de design de tudo. É uma prática que abraça o pensamento dos sistemas para enfrentar alguns dos maiores desafios interligados que enfrentamos hoje em dia.

Outro exemplo de empresa, a empresa letã "RePlastic" está a produzir mobiliário de jardim que é feito de plástico reciclado. O chefe da empresa diz que o pensamento criativo desempenhou um papel importante na criação de tais produtos inovadores. Num processo em desenvolvimento houve erros, mas é importante aprender com estes erros e fazê-lo da forma mais barata possível.

Ferramentas poderosas para os empresários na criação de novos produtos, sistemas e serviços inovadores são tecnologias. Ao longo dos últimos anos, as tecnologias ganharam capacidades sem precedentes: Desde novos materiais bio-benignos, a capacidades de compreender e desenhar através de cadeias de fornecimento complexas, até modelos de negócio com capacidade digital que respondem às necessidades das pessoas sem fluxos de materiais extractivos. Agora é possível trabalhar com a natureza, em vez de contra ela. Em conjunto com o desejo crescente entre os criativos de usar o poder transformador da criatividade como uma força para o bem, o mundo tem uma oportunidade real de mudança para uma direcção mais circular.



**O PENSAMENTO DO DESIGN
COMO FERRAMENTA PARA A
RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS
E DESENVOLVIMENTO
DA CRIATIVIDADE**

O Design Thinking espalha a criatividade e a cultura da inovação nas pessoas que escolhem usar esta metodologia, também é uma ferramenta para a resolução de problemas. É um dos métodos que pode ser usado no pensamento criativo. O pensamento criativo está a tornar-se cada vez mais popular e também pode ser aplicado a qualquer campo; não tem necessariamente de ser específico do design. O pensamento criativo é uma forma de trabalho iterativa e não linear que procura compreender os utilizadores e resolver problemas. Consiste em cinco fases - empatizar, definir, idealizar, protótipo e testar. O processo é perfeito para situações em que o desafio global não é claro ou você tem problemas ainda desconhecidos.

O pensamento de design é uma abordagem centrada no ser humano que pode ajudar a lidar com este ambiente de constante mudança. Com a rápida mudança tecnológica, ambiental e social a tornar-se o novo normal, é importante que as empresas sejam o mais ágeis possível. O pensamento do design deve dar vida às suas ideias, colocando os utilizadores no centro de cada processo.

Existem 5 fases de pensamento do design, mas é importante notar que não são passos sequenciais. É importante voltar às fases anteriores em intervalos regulares ao longo da sua viagem. Pequena introdução sobre cada fase:

1. A empatia é o fundamento de um processo de design centrado no ser humano: observar; envolver-se; mergulhar. Nesta fase, o empresário pode:
 - a. descobrir necessidades que as pessoas têm e das quais podem ou não estar cientes;
 - b. orientar os esforços de inovação;
 - c. identificar os utilizadores certos para os quais desenhar;
 - d. descubra as emoções que guiam os comportamentos.

2. O modo definir é quando os empresários desempacotam e sintetizam as descobertas de empatia em necessidades e percepções convincentes, e alcance um desafio específico e significativo. É fundamental para o processo de concepção porque expressa explicitamente o problema que os empreendedores se esforçam por resolver através de esforços. Isto pode ser muito desafiante, mas um conselho é combinar especialistas de diferentes sectores.

3. Idear é o modo de pensamento do design em que o objectivo principal é gerar o maior número de ideias possível:

- a. ir além das soluções óbvias;
- b. aproveite as perspectivas colectivas;
- c. descobrir áreas de exploração inesperadas;
- d. criar fluência (volume) e flexibilidade (variedade) nas opções de inovação.

4. A prototipagem é a quarta fase de ambos os conceitos de design. É uma parte essencial do design da experiência do utilizador (UX) que normalmente vem depois da idealização, onde as equipas criaram e seleccionaram ideias que podem resolver as necessidades dos utilizadores. Na prototipagem, os empresários podem elaborar um modelo experimental simples das fases anteriores de um produto proposto, para que possa verificar o quão bem ele corresponde ao que os utilizadores querem através do feedback que eles dão. Há conselhos para considerar a prototipagem desde o início - usando a prototipagem em papel, se apropriado - para que o feedback a recolher dos utilizadores possa ajudar a orientar o desenvolvimento. Esta fase é muito importante, porque a ideia é testada com os utilizadores e pode prevenir perdas financeiras futuras. Portanto - "falhe rapidamente e de forma barata".



5. Os designers ou avaliadores testam rigorosamente o produto completo usando as melhores soluções identificadas na fase de protótipo. Esta é a fase final do modelo de cinco fases; contudo, num processo iterativo como o pensamento do design, os resultados gerados são muitas vezes utilizados para redefinir um ou mais problemas adicionais. Este maior nível de compreensão pode ajudar a investigar as condições de utilização e como as pessoas pensam, se comportam e se sentem em relação ao produto, e até levar a um ciclo de volta a uma fase anterior do processo de pensamento do design. Os empresários podem então proceder a novas iterações e fazer alterações e aperfeiçoamentos para descartar soluções alternativas. O objectivo final é obter uma compreensão tão profunda quanto possível do produto e dos seus utilizadores.

O pensamento de design é quase certamente o melhor para “pensar fora da caixa”. Com ele, as equipas podem fazer melhor pesquisa de experiência do utilizador (UX), prototipagem e testes de usabilidade para descobrir novas formas de satisfazer as necessidades dos utilizadores. O valor do pensamento de design como uma força motriz de melhoria mundial nos negócios (pesos pesados globais como o Google, a Apple e a Airbnb têm-no usado de forma notável) corresponde ao seu estatuto como um tema popular nas principais universidades internacionais. Com o pensamento do design, as equipas têm a liberdade de gerar soluções inovadoras, o que é muito importante numa economia circular.



Pequeno vídeo exemplo de produto que foi desenvolvido, usando metodologia de pensamento de design em abordagem de economia circular (marca Shoey Shoes): <http://thomasleech.co.uk/shoey-shoes/xpa46lh6mdiwi6p6ecr20hjr4a7psu> A marca criada por um estudante do Royal College of Art, faz sapatos de couro para crianças exclusivamente a partir de restos de couro. Na alavanca industrial, a empresa francesa Circouleur, que reutiliza as sobras de latas de tinta, é também um bom exemplo.



**EXEMPLOS INSPIRADORES DE
PRODUTOS CRIADOS ONDE A
CRIATIVIDADE TEVE UM PAPEL
IMPORTANTE**

Desde o início, a economia circular tem sido uma agenda orientada pelo design, o que incentiva soluções a montante que constroem uma mudança sistémica. Exemplos inspiradores de produtos criados onde a Criatividade teve um papel importante:

- Ecovative é a empresa de micélio que projecta e cultiva materiais sustentáveis que vêm directamente da natureza. A embalagem funciona como poliestireno expandido para proteger artigos frágeis em trânsito, mas é de uma fonte renovável e não contribui para os resíduos plásticos. O micélio é uma rede fúngica de células semelhantes a fios que actua como uma cola natural, auto-montável. Cresce em 5-7 dias sem precisar de luz ou água, digerindo subprodutos agrícolas e ligando em qualquer forma necessária. No final do processo, o material passa por um processo de desidratação e tratamento térmico para parar o crescimento e para assegurar a ausência de esporos ou alergénios. Uma vez usado, pode ser compostado em segurança e devolvido ao solo.
- A iniciativa Nova Bauhaus Europeia, inspirando-se no influente movimento Bauhaus, oferece à Europa a oportunidade de demonstrar o potencial da economia circular, e de liderar o caminho na transição. A Bauhaus aproximou os criativos dos materiais, ferramentas e técnicas que se combinariam para criar os seus produtos, encorajando-os a experimentar estas capacidades de novas formas. Isto levou a melhorias na facilidade de fabrico, no peso leve e na estética. Foi também um passo para trás do contexto industrial do século XIX, e uma declaração sobre a prioridade da experiência humana. Hoje, novas capacidades em biomateriais, fabrico de



aditivos, fabricação digital e inteligência artificial estão a desbloquear possibilidades ilimitadas de fabricação.

- Coco Chanel foi a primeira estilista a usar uma camisola na sua moda. Na altura, a camisola era um tecido barato usado apenas para roupa interior masculina. Chanel tinha enfrentado circunstâncias difíceis no início da sua vida e optou por usar uma camisola para fazer roupas de mulher porque era barata. Com tecidos mais caros a serem racionados durante a Primeira Guerra Mundial, Chanel comprou o material a baixo custo e usou o tecido confortável e funcional nos seus desenhos. Ela ficou conhecida pela sua linha de roupa prática, acabando por revolucionar para sempre o rosto da moda. Este é um exemplo de uma pensadora criativa que usou a resolução de problemas para a mudar - e o curso da história. E ela não é a única. O pensamento criativo é uma habilidade que pode levá-lo longe no local de trabalho e na vida.



Em conclusão, as pessoas criativas já estão a desbloquear muitas possibilidades para uma abordagem mais circular, mas o progresso real requer inovação de sistema em conjunto com a inovação tecnológica. Se queremos uma economia circular que seja segura, saudável e regenerativa, os materiais são importantes: não se trata apenas de 'fechar o ciclo', mas considerando os materiais que estão no ciclo. Assim, os designers precisam de trabalhar com o sistema hoje, enquanto o movem para novos resultados. Os criadores precisam de compreender, prever e responder às implicações sistémicas das suas invenções. Eles precisam de um lugar para experimentar, de uma forma que seja visível e ligada à indústria e às rotas para a escala.



Para mais recursos e actividades para ajudar a compreender, definir, fazer e lançar inovações circulares usando o pensamento criativo, explore o Guia de Design Circular: <https://www.circulardesignguide.com/methods> criado em colaboração com a IDEO (IDEO é uma empresa de design global) e uma selecção de ferramentas da nossa rede e mais além para ajudar no início: <https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-design/tools>.



TAREFA DE AVALIAÇÃO FINAL

TÍTULO DA TAREFA:

Desenvolva uma ideia de negócio

OBJECTIVO DA ACTIVIDADE:

O objectivo desta actividade, baseada na metodologia do pensamento do design, é desenvolver uma ideia para alguns negócios. Esta tarefa precisa de ser feita em grupos de três ou quatro pessoas.

TEMPO REQUERIDO:

34min (tarefa principal) + 60min (tempo para preparar a apresentação)

MATERIAIS NECESSÁRIOS:

computador; papel, lápis, limalpiças

FORMATO PARA A APRESENTAÇÃO:

apresentação em powerpoint

PASSOS PARA COMPLETAR A TAREFA:

Antes da tarefa, por favor, leia mais uma vez na EduZine sobre o tema do pensamento do design. Também, por favor, veja o vídeo sobre o pensamento do design: https://www.youtube.com/watch?v=r0VX-aU_T8 (apenas em inglês)

1.fase: pesquisa - entrevista (tempo - 7 min)

- A equipa divide as funções: 1 entrevistador, 1 utilizador, outros são observadores;
- O entrevistador faz perguntas ao utilizador
- O utilizador partilha a sua experiência
- Os observadores registam e fazem anotações sobre a



experiência do utilizador

2.fase: definir um problema (7 min)

- O observador deve apresentar aos outros membros do grupo observações feitas durante a entrevista (experiência positiva e negativa)
- O grupo concorda em resolver um problema
- O grupo escreve o problema, começando com as palavras “Como poderíamos...”.

3.fase: desenvolver ideias baseadas num método de brainstorming que visa criar o maior número possível de ideias de soluções, ouvindo os outros membros do grupo e inspirando-se no que os colegas propuseram (10 min)

- Cada membro do grupo escreve três ideias para uma solução - cada solução numa página separada
- Apresente as ideias a outros membros do grupo

4.fase: desenvolvimento de ideias (10 min)

- A equipa concorda com uma ideia para a qual deve desenvolver um conceito:
- Descobrir o nome do produto ou serviço
- Identificar o público alvo (grupo-alvo)
- Definir o resultado pretendido (no contexto do desafio previamente definido “Como poderíamos ...”)

5.fase: crie uma apresentação (60 min), inclua respostas às seguintes perguntas na sua apresentação:

- Que problema foi abordado?



- Qual é a solução para o problema?
- Nome do produto ou serviço
- Público-alvo (grupo-alvo)
- Resultados pretendidos
- Uma funcionalidade chave

6.fase: cada equipa faz a apresentação (máx. 5 min)



**TESTE
FINAL**

Por favor, preencha o exercício final para testar o seu conhecimento sobre o pensamento criativo e a criatividade. Há apenas cinco perguntas, tenha cuidado, há perguntas em que as respostas certas são mais do que uma.

[Clique aqui para ver o exercício.](#)



LEITURAS E RECURSOS ADICIONAIS

<https://www.researchgate.net/publication/321750689>
[Creative Thinking Processes The Past and the Future](#)

Laura Ruiz-Pastor, Elena Mulet, Vicente Chulvi, Marta Royo, Efeito da aplicação dos requisitos de circularidade como perguntas orientadas sobre a criatividade e a circularidade dos resultados do design, Diário da Produção Mais Limpa, Volume 281, 2021, 124758, ISSN 0959-6526, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124758>.

(<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652620348022>)

<https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-design/overview>

<https://ellenmacarthurfoundation.org/articles/the-new-european-bauhaus-and-the-circular-economy>

<https://ellenmacarthurfoundation.org/introduction-to-circular-design/we-need-to-radically-rethink-how-we-design>

<https://chuckfrey.medium.com/the-ultimate-list-of-creativity-tools-d8993084a120>





LEARNING CIRCLE



cantabria
perma
cultura



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



"The European Commission's support of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission can not be held responsible for any use which may be made of the information therein." Project Number: 2020-1-UK01-KA226-VET-094435