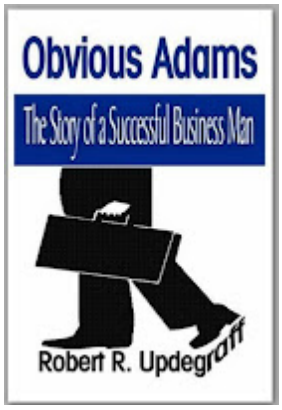
Cinco caminhos criativos para reconhecer óbvio.

Post (0187)



Onde e como vamos descobrir o óbvio?- Aqui estão algumas perguntas e exemplos que devem conduzir a sua imaginação através dos caminhos óbvios.

1 . Não se impressione como as coisas sempre tenham sido feitas ou como outras pessoas gostariam de fazê-las.

– O importante é questionar : qual a maneira mais simples de fazê-las ?

– Esqueça todas as idéias, práticas, métodos, técnicas e tradições já usadas. Pense como uma criança desarmada de preconceitos analisaria o problema, o que será que ela faria ?

– A experiência da vida é valiosa – porem pode intimidar, dificultar, complicar e afastar-nos do óbvio. É preciso pensar de forma simples, nova, original e corajosa para simplificar qualquer coisa.

– Existe uma maneira perfeita de simplificar um projeto ou uma idéia. Registre cada faze num papel. À medida que você for escrevendo, aplique a pergunta-teste : "Será que este item é absolutamente necessário ?"

– É comum a gente descobrir ter começado no ponto em que os outros pararam. Considerando que a maioria das idéias se desenvolveram por acréscimo – o jeito de simplificar uma idéia é começar novamente. A técnica é eliminar todas as partes supérfluas. Vá ao cerne do problema. Pergunte a si mesmo : "O que eu estou tentando fazer ? E por que ?"

– Um dos nossos maiores problemas é termos muitos métodos, práticas, costumes e tradições profundamente arraigados. Pensamos e planejamos construindo por cima das experiências e

hábitos acumulados através de gerações. Ao invés disto, deveríamos começar do zero, como se a cada manhã, acordássemos num novo mundo, ondenenhum dos problemas da vida e dos negócios, das artes e das ciências, tivessem sido jamais resolvidos.

2 . Imagine como seria divertido se tudo pudesse ser completamente invertido.

– Nada abre mais a mente para um caminho novo do que fazer esta corajosa consideração. O fato de uma coisa ter sido feita de um certo jeito, por vários séculos, significa que chegou a hora de questioná-la. Talvez o óbvio seja inverter as coisas de algum modo.

– Tem a história de como R.J. Pigott, Diretor de Engenharia da Gulf Oil desenvolveu um "dispositivo óbvio" para lubrificar ferramentas de corte. Pigott estava olhando uma ferramenta produzir rebarbas espirais de uma peça de aço, num torno. Um fio de óleo caía do alto, enquanto a lâmina estava cortando por baixo. Um pensamento lhe ocorreu : Como o óleo por cima pode fazer um bom trabalho de lubrificar a ferramenta na parte de baixo ? – Criou um jato de alta pressão, para dirigir o óleo diretamente entre lâmina da ferramenta e o metal torneado, de baixo para cima. O método não só permitiu maior velocidade de corte como também aumentou a vida da ferramenta.

– Se o revolucionário Convair Sea Dart, um avião a jato que pode decolar da água, chegar a fazer tudo o que promete, será porque o criador do projeto, Ernest G. Stout, usou esta mesma técnica de inversão. Apesar das muitas vantagens, e o fato de 4/5 da superfície terrestre serem cobertos de água o hidroavião foi relegado ao esquecimento. Todos, menos Stout, e um pequeno grupo de homens e engenheiros da Marinha Americana. Por mais de quatro décadas, o hidroavião não passava de um barco com asas, o que não é um bom desenho aerodinâmico. Stout teve uma inspiração, ao invés de desenhar um barco que podia voar, ele se dispôs a fazer um avião que pudesse flutuar.

3 . Será que você conta com a aprovação e com a participação do público no seu projeto ?

– Nos negócios, muitas decisões são tomadas nos escritórios e não nos lugares onde a ação realmente acontece.

– Uma rede de supermercados de Chicago decidiu lançar sua própria marca de café. Os especialistas podiam recomendar as misturas e tipos de torrefação. Mas o presidente da empresa

preferiu fazer com que os clientes escolhessem a mistura e o ponto de torrefação que desejassem. Foram preparadas quatro amostras com graus diferentes de torrefação, embaladas em sem identificação. Cada uma representando uma diferente combinação de misturas e torrefação. Foram distribuídos a centenas de domicílios com um questionário para que indicassem a sua preferência. Desse modo, a rede lançou o "Royal Jewel – o Café que Chicago escolheu". O sucesso do produto já estava garantido, o público o havia escolhido.

– Sendo o público quem decide o sucesso ou fracasso de tudo que tentamos fazer, parece óbvio pesquisar junto ao mercado, antes de irmos adiante.

4 . Quantas oportunidades estão passando desapercebidas porque ninguém se importou de examiná-las ?

– Em uma companhia de seguros, um homem ganhou um grande prêmio por uma simples idéia na caixa de sugestões: "Procure algo com que ainda ninguém se importou".

– Existem milhares de idéias óbvias, em todos os negócios e profissões, que até aqui ninguém se importou em examinar. São lugar-comum não percebidos.

– No seu livro, Ray Giles conta a seguinte história.

"Há muitos anos atrás, o vendedor de uma mercearia estava cortando queijo – quando pediam um pedaço, ele levantava a tampa de vidro e cortava, calculando o peso. Enquanto isso o queijo ficava descoberto, sujeito ao pó e às moscas. Se tivesse pouca saída, o queijo esfarelava antes de terminar. A única proteção era uma casca grossa que ia se formando, pela qual se tinha de pagar, juntamente com o peso do queijo. Até que vendedor teve a idéia – uma dessas bem óbvias que podia ocorrer a qualquer um : por que não dividir o queijo em fatias e acondicioná-las em embalagens individuais ?"

Esse vendedor chamava-se J.L. Kraft e toda vez que você comer um queijo Kraft não se esqueça : uma idéia simples e óbvia pode levar à fortuna.

– Benjamin Franklin, incomodado por ter de usar dois pares de óculos – um para perto e outro para longe – desenvolveu as lentes bifocais, uma benção para toda a humanidade. Nada poderia ser mais óbvio. Esse caso sugere que a melhor técnica para descobrir o óbvio é dar uma olhada bifocal em tudo o que usamos, fazemos e precisamos. Examinar de perto para ver se um detalhe pode ser melhorado – olhar de longe para ver se não há

uma forma diferente para atingir o mesmo fim.

5 . Quais são as necessidades específicas do caso ?

– Muitas vezes, a própria situação indica a oportunidade de aperfeiçoamento, que ainda não foi considerada.

– Para exemplificar tem o caso dos Hartford Brothers, com suas lojas tipo “Pegue e Pague” . Woolworth, com suas lojas de dois mil réis. A caneta esferográfica que acabou com o tinteiro. A Du Pont com suas fibras sintéticas que não amarrotam…

-Todas estas soluções foram criativamente óbvias. E também atenderam aos desejos e necessidades do público, muitas vezes não expressos e nem mesmo percebidas. Entretanto, no momento em que alguém as transformou em soluções, ficou óbvio que estas já existiam há muito tempo.

– O mundo está cheio de desejos, vontades e necessidades não expressas, esperando que se faça o óbvio para resolver os grandes problemas. Boa sorte !

Texto de Robert R. Updegraff – Resumido – NG Canela (0187) – Agosto de 2012

Leia mais em “Obvio” http://www.obvio.ind.br/Adams%20Obvio.htm

Veja também “Mude” http://ngcanela.blogspot.com/2011/12/mude.html