



COMO USAR RECURSOS
DISPONÍVEIS PARA GERAR

IDEIAS INOVADORAS

DO JARDIM DE THOMAS EDISON AOS *LAPTOPS*:
O PENSAMENTO INVENTIVO SISTEMÁTICO™.



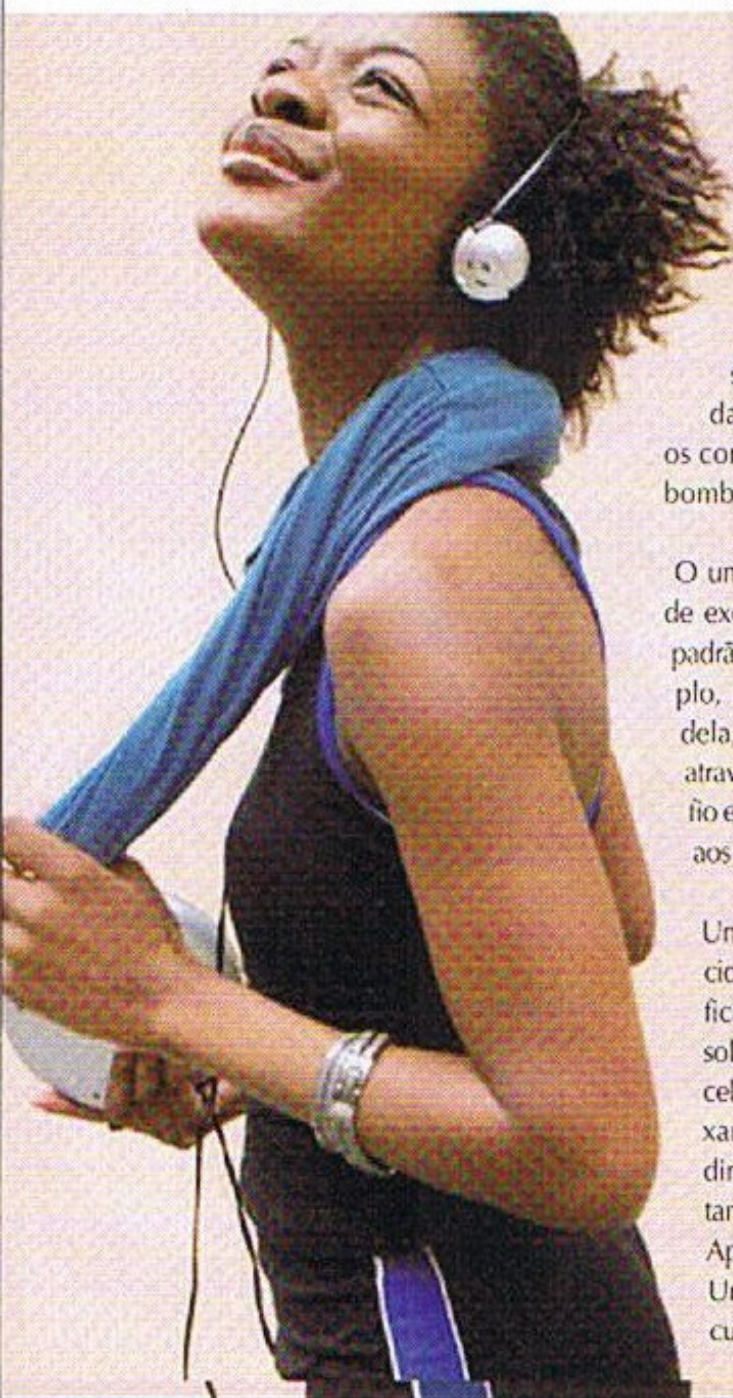
O renomado inventor Thomas A. Edison viveu numa casa que possuía um amplo jardim na frente com um portão de ferro. Comenta-se que amigos que vinham visitá-lo ficavam surpresos e aborrecidos ao constatar que tinham de empurrar o portão com força para abri-lo. Não foram poucas as queixas que fizeram a Edison, pedindo que consentasse o velho portão; ele prometia fazê-lo mas nunca cumpria. Foi só após seu falecimento, em idade avançada, que veio ao conhecimento geral que o portão estava ligado a uma bomba e que cada vez que se abria, água estava sendo bombeada para dentro da banheira de Edison.

Poderia-se dizer que Edison estava explorando seus convidados para bombear água para a sua banheira; porém, nós, da "SIT – Systematic Inventive Thinking", preferimos considerar o portão de Edison como sendo uma invenção genial e um modelo do qual se pode tirar ensinamentos.

A metodologia do **Pensamento Inventivo Sistemático** (Systematic Inventive Thinking), desenvolvida pela empresa SIT Ltd., é um conjunto de ferramentas cognitivas utilizado pelas empresas para gerar novas idéias de produtos, serviços e estratégias. Quando analisamos o exemplo de

♦ O renomado inventor Thomas A. Edison viveu numa casa que possuía um amplo jardim na frente com um portão de ferro. Comenta-se que amigos que vinham visitá-lo ficavam surpresos e aborrecidos ao constatar que tinham de empurrar o portão com força para abri-lo.

Edison sob este ângulo, classificamos a sua idéia como sendo uma **Tarefa Unificadora** (Task Unification). A Tarefa Unificadora é um dos cinco padrões de raciocínio da SIT – o que significa, em termos da SIT, *dar uma nova tarefa adicional a um recurso pre-existente*. Edison estava usando um ➡



recurso disponível – convidados abrindo o portão – dando-lhes a tarefa adicional de bombear a água para a sua banheira. Também se pode dizer que ele estava usando um segundo recurso – o portão – dando-lhe a tarefa de mobilizar os convidados para a execução do bombeamento.

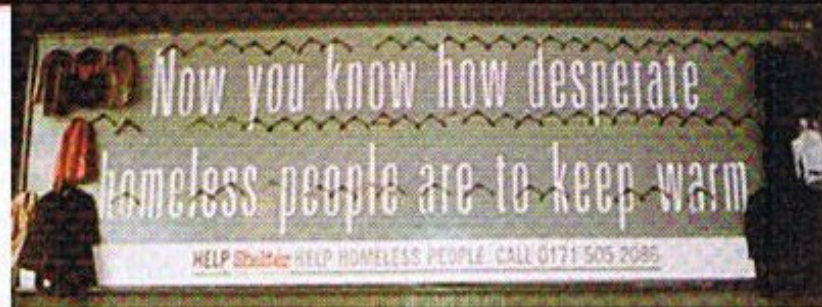
O universo da produção está cheio de exemplos que obedecem a este padrão: o rádio *walkman*, por exemplo, não possui antena. Em lugar dela, o sinal recebido é conduzido através de um recurso existente – o fio elétrico, que conecta o *walkman* aos fones de ouvido.

Um outro produto menos conhecido usa o conceito de Tarefa Unificadora (*Task Unification*) para solucionar um problema: telefones celulares, usados de modo a deixar as mãos livres enquanto se dirige, freqüentemente apresentam um som de baixa qualidade. Aplicando o conceito de Tarefa Unificadora, procuraríamos um recurso já disponível no carro como

solução. Neste caso, o recurso ideal são os alto-falantes do rádio do carro. Em vez de instalar um dispositivo externo para providenciar um som de alta qualidade, o telefone é conectado aos alto-falantes, emitindo um som excelente, e com baixo custo.

A Tarefa Unificadora e os outros quatro padrões inovadores são empregados na SIT como ferramenta de pensamento para gerar idéias inovadoras em vários campos. Exemplos deste tipo podem ser encontrados, também, no ramo publicitário. O seguinte exemplo mostra como a agência de publicidade Foote Cone and Belding, no Reino Unido, aplicou a Tarefa Unificadora para criar um único painel (*outdoor*) publicitário.

Neste caso, o recurso ao qual foi dada uma tarefa adicional foi, simplesmente, o próprio painel: além de ser um meio de transmissão de mensagem, serviu também como meio de solicitação de donativos aos sem-teto. Mas a idéia publicitária é mais sofisticada. O painel está recoberto de roupas e somente quando elas são removidas é que aparece a mensagem (foto abaixo). Este painel se



“Agora você sabe porque os sem-teto anseiam desesperadamente em não passar frio”.



◆ A dupla imagem utiliza outro tipo de recurso. A ALMAP/BBDO, agência paulistana, empregou o princípio de Unificação de Tarefas ao atribuir uma função suplementar às dobras de páginas no meio das revistas, em geral, para transmitir o recado de maneira única.

refere, naturalmente, ao clima no Reino Unido, e seria ineficaz, por exemplo, no Brasil. Contrastando com o exemplo exposto, vejamos a publicidade que foi criada em São Paulo.

A dupla imagem acima utiliza outro tipo de recurso. A ALMAP/BBDO, agência paulistana, empregou o princípio de Unificação de Tarefas ao atribuir uma função suplementar às dobras de páginas no meio das revistas, em geral, para transmitir o recado de maneira única.

A prega ou dobra à altura da costura da revista, que comumente é vista como um incômodo pelos diretores de arte e de publicidade em geral, ao invés de arruinar o visual do anúncio, permitiu servir-se do suposto "obstáculo", de modo a tirar vantagem e mostrar os resultados de quem toma

Diet Pepsi. Esta é uma categoria especial de Unificação de Tarefas. A Almap não somente usou os recursos disponíveis como extraiu vantagens de algo antes visto como inútil ou até mesmo prejudicial.

Papéis duplos, como mostra este exemplo, são bastante comuns no ramo da publicidade e, especialmente, no lançamento de produtos. Caracterizam o que se chama (ou costumava-se chamar) de "nova economia". Vejamos dois exemplos em computação e em telecomunicações: primeiro o de um *laptop* cujas baterias são recarregadas na medida em que o usuário digita, ou seja, aciona o teclado e, segundo, o *Peer to Peer* (P2P), ou *software* que permite fazer *downloads* de vários tipos de dados (música, por exemplo),

através de outros computadores conectados à internet.

Contrariamente ao caso dos visitantes enganados por Edison, o usuário do *laptop* sabe que o computador está "roubando" a sua energia para recarregar suas baterias. Mas fora isto, o mesmo princípio está sendo aplicado em ambos os casos. Se seus dedos estão transmitindo energia nas teclas, por que não usar parte desta energia para recarregar as baterias? A mesma idéia fundamenta esta segunda inovação. Em vez de usar servidores *ad hoc* para armazenar arquivos de *downloads*, a tecnologia P2P utiliza o espaço disponível em discos de outros computadores.

Além de auxiliar no desenvolvimento de produtos e como *marketing* de

comunicação, o princípio de Unificação de Tarefas geralmente aplica-se a soluções criativas de problemas técnicos. Um bom exemplo é a jardineira fabricada pela Rubbermaid. O problema a solucionar consistia no seguinte: como criar uma jardineira suficientemente leve que permitisse ser transportada de um lugar ao outro e, ao mesmo tempo, que fosse estável o suficiente para resistir a ventos violentos? A solução foi simples. Usando os recursos preexistentes de que dispunha, a Rubbermaid aplicou os princípios desenvolvidos num *workshop* da SIT. Projetaram a jardineira com um compartimento especial no

fundo, que permitia ser preenchido de água ou terra quando colocada no local definitivo, providenciando, desta forma, o peso necessário para sua estabilidade.


Ao inovar algo, aplicações adicionais nem sempre são fáceis de se obter. Quanto de tempo não perdemos procurando alhures o que, muitas vezes, está na ponta do nariz? Essa é a essência do princípio de Unificação de Tarefas. Não é preciso dar um passo além, sequer, para alcançar os nossos propósitos. O que se tem é exatamente o que se busca, contanto que se consiga romper os padrões

pre-concebidos da maneira de pensar, substituindo-os por outra perspectiva, inovadora.

A Unificação de Tarefas constitui um dos cinco principais métodos da SIT. A próxima etapa deste método inclui um conjunto de princípios que permite ao usuário utilizá-los para novos fins. A SIT desenvolveu, também, novas técnicas de adaptação que visam fomentar a criatividade. Na última década, foram usadas em projetos inovadores em mais de 500 empresas estabelecidas em 42 países, dentre elas a Bayer, Ford, Johnson & Johnson, Kodak, Nestlé, Philips e a Rubbermaid. Estes projetos focalizam-se no aperfeiçoamento da criatividade organizacional, no desenvolvimento de novos produtos, em soluções tecnológicas e em estratégias para definir novos meios de comunicação de *marketing*.

Além de auxiliar no desenvolvimento de produtos e como *marketing* de comunicação, o princípio de Unificação de Tarefas geralmente aplica-se a soluções criativas de problemas técnicos.



A SIT tomou por base o trabalho dos doutores Jacob Goldenberg e Roni Florowitz, que pesquisaram exaustivamente os parâmetros traçados pelo engenheiro russo Genrich Altshuller. Altshuller e seus alunos analisaram milhares de invenções conhecidas e outras tantas inovadoras, efetuando um estudo dos princípios subjacentes. Além disso, o Pensamento Inventivo Sistemático ampara-se na lógica básica de centenas de produtos inovadores e soluções. Para maiores informações sobre a metodologia da SIT e a empresa propriamente dita, visite a página <http://www.sitsite.com>. 

 Annon Levav

Diretor executivo SIT Ltd.

 ORLY, SEGULL

Conselheiro e gerente de contas SIT Ltd.