

FERRAMENTAS DE CRIATIVIDADE

OUTROS PONTOS DE VISTA

1. O que é

Esta técnica consiste em procurar olhar a situação adotando a perspectiva de outra pessoa totalmente diferente de nós. Por exemplo: se você é um supervisor de uma linha de montagem, e está enfrentando muitos erros na identificação das peças, procure pensar como a situação seria vista e analisada por um médico, um gerente de supermercado, um corretor de imóveis, etc. Visões diferentes poderão revelar conexões e idéias até então despercebidas.

Por força do hábito, nós tendemos a estreitar nosso raciocínio e sempre tentar soluções dentro daquilo que conhecemos, no terreno que nos é familiar. Muitas situações requerem o abandono dos caminhos que sempre percorremos e que tentemos trilhas até então ignoradas.

2. Quando usar

Use esta ferramenta quando você se sentir imobilizado pelo hábito e pela rotina e não conseguir criar novas soluções para o problema analisado. Ela age como uma saída lateral, abrindo novos caminhos para sua mente.

Esta abordagem pode ser ilustrada pela consideração das seguintes perspectivas:

- Como seria o mapa de São Paulo desenhado segundo os olhos de um turista?
- Como seria este mapa desenhado segundo os olhos de um gourmet?
- Como seria aos olhos de um estudante de arquitetura?

Estes mapas mostrariam três cidades diferentes, pois os pontos de vista são muito distintos. Da mesma forma, quando examinado pela perspectiva de várias pessoas, com experiências e interesses diferentes, um problema pode ser visto de maneiras distintas.

3. Como usar

1. Defina o assunto ou problema: o que você está procurando resolver?
2. Escolha ao acaso alguns pontos de vista e imagine como estas pessoas responderiam às seguintes questões:
 - O que seria importante para elas aqui?
 - Em que aspectos do assunto ou problema elas se concentrariam?
 - Que abordagens adotariam?
 - Que idéias teriam?
3. Reflita sobre estas questões e sobre as respostas que estas pessoas dariam.
4. Extraia os conceitos e examine a aplicabilidade à sua situação real.

4. Exemplo

A parte mais importante desta técnica não são propriamente as respostas que você obtém, mas os conceitos que você pode extrair delas. Vejamos um caso para ilustrar o que queremos dizer.

Nas tardes de terças, quartas e quintas, os clientes de uma clínica ortopédica esperam de 3 a 4 horas para as consultas de acompanhamento. Há necessidade de administrar a demanda mais eficientemente, mas todas as tentativas fracassaram.

Olhando esta situação sob uma perspectiva diferente, podemos perguntar: Como um gerente de supermercado gerencia os picos de demanda? Sob a visão deste gerente, podemos pensar nas seguintes respostas:

- encorajar compras pela Internet com entrega em domicílio;
- flexibilizar os horários de abertura, de modo que as pessoas façam suas compras à noite;
- abrir pequenas unidades nos bairros de modo que as pessoas possam fazer pequenas compras no retorno para casa.

Essas idéias podem nos encorajar a fazer conexões inusitadas e a examinar a viabilidade de algumas dessas sugestões no contexto de uma clínica médica:

- Todas as consultas de acompanhamento precisam ser feitas na clínica, ou algumas podem ser pelo telefone?
- Oferecer outros horários e incentivar as consultas pela manhã e à noite?
- Fazer parcerias com médicos locais e viabilizar o atendimento nos bairros?

5. Sugestão de algumas perspectivas que você pode explorar:

Seus clientes	Gerente de uma loja fast-food
Seus fornecedores	Mecânico de Fórmula 1
Corretor de imóveis	Gerente de hotel
Gerente de uma agência de turismo	Domador de animais
Mestre de cerimônias	Distribuidor de jornais
Guarda de trânsito	Bibliotecário
Comandante de navio	Cirurgião
Político	Detetive
Navegador solitário	Padeiro
Técnico de futebol	Bailarina
Comediante	Gerente de Marketing