



[Compre o livro ou o audiobook](#)

O Poder do Porquê

(The Power of Why)

Amanda Lang • THE POWER OF WHY, por Amanda Lang. Copyright © 2012 by Lang Projects, Inc. Publicado por acordo com HarperCollins Ltd. • 288 páginas

Carreira

Ideias Fundamentais

- Os bebês nascem curiosos. As crianças pequenas continuam naturalmente curiosas.
- Pais, escolas e sociedade podem acabar extinguindo a curiosidade das crianças.
- Com as suas aulas do tipo “cale a boca e me escute”, a maioria das faculdades compromete a curiosidade tanto quanto o fazem as escolas primárias e secundárias.
- Os inovadores são curiosos e criativos. Eles querem saber: “Há como fazer isso de uma forma melhor, mais barata ou mais rápida?”
- Os inovadores de sucesso fazem várias perguntas difíceis aos outros e a si mesmos, até encontrarem as respostas certas.
- Eles evitam suposições, mentalidades tradicionais e sabedorias convencionais.
- Eles identificam necessidades que não estão sendo atendidas e descobrem maneiras de resolvê-las.
- A maioria das inovações representa aprimoramentos incrementais e não uma verdadeira mudança no jogo.
- Evite os mitos sobre a inovação. Perceba que ela nem sempre acontece com um esforço individual. Ela pode ser incentivada e aprendida, porém algumas mudanças não são necessariamente boas. Veja o caso da New Coke, por exemplo.
- Aceite o fato de que o seu pensamento pode estar totalmente errado.

Recomendação

Produtividade depende da inovação, a qual depende de intensa curiosidade. E a curiosidade fomenta a motivação para se responder à pergunta: “Há como fazer isso de uma forma melhor, mais barata ou mais rápida?” Esta pergunta levou Jeff Bezos a organizar a Amazon, Michael Dell a lançar a Dell Computer e Niklas Zennström a criar o Skype. Perguntar “por que” levou Sean Moore a inventar a Crescent Rod, um varão curvo para cortina de banheiro; Chip Wilson a fundar a Lululemon Athletica, uma fornecedora de roupas de qualidade para ioga; e quatro estudantes de Harvard a inventarem a Soccket – uma bola de futebol que gera energia elétrica para as famílias pobres através de energia cinética. A jornalista de negócios Amanda Lang revela como a pergunta “Por quê?” pode incitar a inovação e promover um espírito de investigação no seu local de trabalho. Ela oferece informações valiosas e excelentes estudos de casos. A *getAbstract* recomenda as descobertas da autora a executivos, educadores e pais, bem como a todos aqueles que desejam que as suas organizações – ou lares – sejam inovadores e produtivos.

Resumo

A história da SawStop

Desde pequeno, o advogado de patentes Steve Gass gostava de desmontar as coisas e montá-las novamente. Um advogado que virou inventor, Gass manteve a curiosidade de saber como as coisas funcionam. Hoje, ele é apaixonado por sua invenção SawStop, uma serra de bancada que protege as pessoas de perderem os seus dedos. Gass conhece de perto este drama: ele próprio perdeu parte do seu polegar enquanto brincava com as ferramentas do seu pai. O sensor da SawStop detecta obstruções e pode identificar a diferença “entre a madeira e a carne humana”. Quando percebe um obstáculo, a SawStop desliga a lâmina de serra, que está girando a mais de 3.000 rpm. Inicialmente, Gass utilizava salsichas para testar a SawStop. Em todos os testes, o sensor alertou a lâmina com perfeição ao detectar uma salsicha. Confiante, Gass testou a SawStop com os seus próprios dedos antes de introduzir o produto no mercado.

Inovação e curiosidade

Gass sempre foi naturalmente curioso. Uma simples pergunta abriu o seu caminho para inventar e vender a SawStop: “Será que há como parar a lâmina com rapidez suficiente para evitar lesões?” Sob a perspectiva humanitária, a SawStop resolve o problema das lesões com serras. A agência Consumer Product Safety Commission dos EUA relata que os americanos sofrem “anualmente 67.300 lesões causadas por lâminas e tratadas em hospitais”. Em 2002, a revista *Popular Science* listou a SawStop como uma das “100 Melhores Inovações” do ano. Depois de determinar que a sua invenção funcionava, Gass entrou em parceria com dois advogados de patentes para fabricar e comercializar o produto. Estar à frente da SawStop é o trabalho dos sonhos de Gass, porque para ele inventar, aperfeiçoar e comercializar algo é “desafiador e interessante”. Estes atributos primários motivam a maioria dos curiosos que se tornam inventores e que, em seguida, como empresários, comercializam as suas invenções.

Perguntar é preciso

A vontade constante de questionar e criticar a si mesmo e suas novas ideias distingue os inventores como Gass. Ele explica: “Grande parte da inovação é ser crítico e saber o que se deve descartar. É crucial perguntar: ‘Por que isso não vai funcionar? O que há de errado aqui?’” No entanto, a maioria das pessoas não pensa dessa maneira. Em vez de fazer repetidas perguntas sobre como aperfeiçoar as coisas, as pessoas tendem a se contentar com a primeira resposta que encontram, e logo depois deixam de investigar. Elas não querem repensar as coisas. No entanto, as questões posteriores – em muitos casos centenas delas – geram respostas que levam a inovações ainda mais significativas. A maioria das pessoas deixa de questionar quando chega à fase adulta. Isto não acontece com as crianças; elas acreditam que “Por quê?” é a pergunta mais importante do mundo. Elas a fazem sem parar, de várias formas. “Para onde vai o peixinho depois que ele morre?” “Por que eu tenho que ir para a cama e você não?” “Como posso fazer este trenzinho funcionar?”

As crianças são intuitivamente curiosas

As crianças adoram questionar, formular hipóteses, testar e experimentar. Os bebês e crianças lidam intuitivamente com a experimentação – uma forma de questionamento. As crianças pequenas fazem um monte de perguntas porque são naturalmente curiosas. Felizmente, algumas crescem e se tornam adultos curiosos. Como Steve Gass, elas continuam a fazer perguntas e descobrir respostas valiosas. No entanto, muitas crianças deixam de ser curiosas conforme vão crescendo porque os seus pais impedem o seu questionamento constante; é a mensagem que recebem quando um pai responde: “Porque eu disse que é assim, é por isso”.

“Antes que alguém possa fazer algo inovador ou original, deve haver um sentimento de admiração questionadora ou pelo menos uma centelha de interesse, bem como um monte de perguntas.”

Reprimir a curiosidade juvenil desta forma mata a curiosidade de uma criança. “As advertências sobre os perigos da curiosidade geralmente começam mais ou menos na mesma época em que as crianças começam a procurar ativamente pelas explicações causais, buscando informações que as podem ajudar a prever e interpretar os acontecimentos e descobrir o mundo”. Quando os pré-escolares recebem respostas satisfatórias, eles sabem que podem continuar fazendo novas perguntas. Pesquisas indicam que as crianças que mantêm ativa a curiosidade à medida que crescem – sem que pais, escolas ou sociedade as fiquem refreando – apresentam um total de 12 pontos a mais nos testes de QI”.

“As empresas consistentemente mais bem-sucedidas e inovadoras do mundo promovem uma cultura de investigação – e não apenas no topo, mas em toda a organização.”

De uma forma mais prática, os curiosos acabam sendo os grandes vencedores na economia do conhecimento dos dias de hoje. Eles são os únicos que resolvem os problemas da sociedade. Os intensamente curiosos se recusam a aceitar o *status quo* e fazem uma série de perguntas rigorosas para descobrir soluções inovadoras que resolvam problemas intrigantes. A curiosidade continua sendo crucial tanto para a inovação como para a estratégia de negócios.

Respostas-padrão

Assim como os pais podem inadvertidamente desligar a curiosidade dos seus filhos, muitas escolas não fazem nada para incentivar as mentes questionadoras dos jovens estudantes. Muitas escolas são competentes em apresentar informações, mas péssimas em endossar o valor da curiosidade. Um pesquisador descreve as escolas como “a pedagogia do ‘esconde-esconde intelectual’, onde os professores possuem todas as respostas e os estudantes dominam a arte de procurar, memorizar e repetir essas respostas como papagaios”. Neste ambiente, os alunos rapidamente verificam que os professores não têm nenhum interesse em descobrir as eventuais ideias, pensamentos e *insights* independentes dos jovens. Os estudantes aprendem que a maioria dos professores quer apenas respostas-padrão para as suas perguntas – nunca ideias originais ou pensamentos inovadores. A curiosidade não tem valor para eles.

Um mau negócio educacional

Aquilo que acontece na maioria das escolas é profundamente triste. Os jovens estudantes entram na escola animados, com inúmeras perguntas fervilhando nos seus cérebros, contudo saem da escola anos mais tarde com poucas perguntas – se é que com alguma. A curiosidade da maioria das crianças diminui à medida que elas avançam de uma série para a seguinte. Quando se formam no ensino médio, lá se foi toda a sua curiosidade. A maioria das escolas não ensina os alunos a aprender. Em vez disso, elas exigem que os alunos memorizem um monte de fatos díspares – muitos dos quais se tornam rapidamente obsoletos. Elas não ensinam os alunos a pensar de forma independente. Elas aplicam testes para ter a certeza de que eles aceitam os fatos que os professores apresentam, sem fazerem perguntas. Sem muitas opções, a maior parte dos jovens estudantes aceita passivamente este mau negócio. O mesmo acontece com as faculdades que dão aulas do tipo “cale a boca e me escute” e fazem pouco para despertar a curiosidade dos alunos. Assim como as crianças mais jovens na escola primária e depois os adolescentes no ensino médio, muitos estudantes universitários aprendem que as boas notas contam mais. Elas são conquistadas com respostas corretas e memorizadas, não pela curiosidade ou pensamento questionador independente.

“Simplesmente pensar como uma criança, tirando o máximo do raciocínio analítico e dos conhecimentos da mente adulta, pode ajudar você a pensar de uma forma mais inovadora.”

Muitas faculdades, desde as prestigiadas até as menos reconhecidas, tornaram-se pouco mais do que fábricas de graduação. Os estudantes universitários compreendem esta dinâmica. Eles sabem que precisam de um diploma universitário para obterem um trabalho melhor remunerado. No entanto, isso não promove a curiosidade. A curiosidade requer uma mente aberta dedicada a descobrir onde se pode chegar com a força do “Porquê”. Um pensamento renovado implica começar com ideias novas e deixar de lado os conhecimentos convencionais e as crenças e suposições antiquadas. Livre-se das suas “ilusões de estimação”.

“Clicar ‘ctrl-alt-del’ exige que você abrace uma nova maneira de pensar, que à primeira vista pode deixar você desconfortável caso tenha mais de três anos de idade.”

Ao questionar como as coisas funcionam, questione a si mesmo também. Procure se conhecer melhor. Não se concentre em “respostas e conclusões”. Questione tudo. Pergunte “Por quê?” repetidas vezes. Descubra o que é verdadeiro e o que é falso. Busque novos conhecimentos. Não tenha medo do que você vai descobrir. Seja corajoso e aja de acordo com as suas respostas. “Descubra o que ninguém mais está fazendo” e o faça você mesmo. Seja paciente. A Apple não inventou o iPhone, o iPad e o iPod da noite para o dia. Nunca deixe de “sonhar grande.” Esteja preparado para os “becos sem saída e para correr atrás dos desafios” – e para o fracasso. Quando se está tentando inovar, os fracassos são consequência natural. Os inovadores aprendem com os erros e não se tornam céticos.

Problemas universais

Os inovadores sábios entendem que todos os problemas são universais. Muitas vezes, os inovadores em outros setores já descobriram e otimizaram soluções que você pode adaptar à sua realidade. Os inovadores eficazes nunca se contentam com a primeira solução. Eles continuam questionando para aperfeiçoar as suas conclusões. Isto é especialmente verdadeiro no caso das atualizações tecnológicas avançadas que rapidamente substituem as anteriores. O próximo passo é discernir quais inovações valem a pena. “A General Electric apresenta uma média de cinco novas patentes por dia, contudo tem a prática de constantemente analisar e antecipar as suas próprias decisões corporativas. A empresa está sempre preparada para arquivar as suas ideias quando estas não evoluem.”

Os sete mitos mais comuns da inovação

À medida que aumenta a sua motivação para inovar, evite esses equívocos mais comuns:

1. **“Inovação tem a ver com o produto mais recente”** – Algumas inovações transformam o mundo, mas a maioria oferece mudanças incrementais ao *status quo*. Você pode aplicar a inovação incremental aos seus assuntos cotidianos. Fazer pequenas mudanças na forma como você lida com as suas preocupações diárias pode, em conjunto, melhorar substancialmente a sua vida.
2. **“Inovação é uma atividade solo”** – Muitas pessoas guardam estereótipos sobre inventores e inovadores. Elas os veem como pessoas estranhas ou cientistas excêntricos e solitários. Porém a maioria dos inovadores não trabalha sozinho; eles dependem de colegas e equipes para transformar as suas ideias em avanços reais.
3. **“Inovação não pode ser ensinada”** – A Quest University Canada ensina diariamente sobre a inovação. Os seus alunos estudam apenas um assunto de cada vez, trabalhando em seminários de três horas em que questionam rigorosamente os seus professores e a si mesmos. Aprender a fazer perguntas produtivas é a principal disciplina e as perguntas difíceis são cruciais para sondar o seu pensamento.
4. **“Inovação vem de cima para baixo”** – Steve Jobs da Apple era um “inovador clássico de cima para baixo”, mas escutava o pessoal da linha de frente da empresa por causa da sua proximidade com os clientes e conhecimentos especiais sobre os produtos e serviços da empresa. Muitas organizações de ponta dependem das ideias inovadoras dos seus funcionários da linha de frente. “As iniciativas de inovação de cima para baixo geralmente acabam sufocando o projeto caso os gerentes e outros líderes não estiverem dispostos a escutar ‘os pequenos’ e insistirem na abordagem da pergunta única com uma resposta única”.

5. **“Não se pode forçar a inovação”** – As organizações não podem obrigar os seus empregados a inovarem. Não é assim que funciona a inovação. Mas elas podem criar ambientes de trabalho que incentivem o pessoal a pensar e agir de maneira inovadora.
6. **“Uma mudança é sempre boa”** – Pesquisas indicavam que as pessoas gostavam do sabor da New Coke. No entanto, lançar uma New Coke deixava implícito que “havia algo de errado com a ‘velha’ Coke”, uma heresia para os mais fiéis. A Coca-Cola logo recuou da ideia de reformular o seu carro-chefe e regressou à fórmula clássica.
7. **“Inovação não é para todos”** – A história prova definitivamente o contrário. Desde a era pré-histórica, os seres humanos vêm inovando para tornar a sua vida melhor. A inovação é “um bichinho que pode morder qualquer um”.

Pense como uma criança

A inovação depende do “pensamento divergente” – enxergar o mundo de forma diferente dos outros. Ela exige que se faça constantemente duas perguntas essenciais: “Por quê?” e “Por que não?”, exatamente aquelas que estimulam as crianças a tentarem entender o mundo. Torne essas perguntas parte integrante do seu dicionário. Embora a vida possa acabar suprimindo a curiosidade de boa parte dos adultos, pesquisas mostram que qualquer pessoa pode reacendê-la. Ser curioso significa pensar como uma criança e fazer perguntas sem constrangimentos. Significa manter a mente aberta, afastando-se da sabedoria convencional e das noções preconcebidas. Aceite o fato de que o seu pensamento pode estar errado. Nunca se contente com a primeira resposta fácil. Brinque com o problema e o trate como um novo quebra-cabeças. Experimente diferentes abordagens e persevere até encontrar a solução ideal. Ter uma mente aberta significa desfrutar do pensamento criativo e satisfazer a curiosidade.

Sobre a autora

A jornalista premiada **Amanda Lang** cobriu o mundo dos negócios na América do Norte por 20 anos. Ela é produtora e âncora do programa *Bloomberg North* na Bloomberg TV Canada.



Você gostou deste resumo?
[Compre o livro ou o audiobook](http://getab.li/31561)
<http://getab.li/31561>