

# Matéria



## O NOVO DESENHO DA INOVAÇÃO

Especialista prevê  
que soluções para  
transformações  
globais vão sair das  
mesas dos designers

**P**arece um paradoxo, mas há quem defenda que o conceito de inovação precisa de uma renovação. O autor da ousadia é o colunista da revista americana *Business Week* - e respeitado teórico do design - Bruce Nussbaum. O motivo, diz ele, é duplo: por um lado, a tecnologia está gerando mudanças profundas e ainda incompreendidas na vida das pessoas e das empresas; por outro, há uma crise de instituições, a começar pelos grandes bancos e passando por estruturas de previdência, saúde, educação e transporte. "Não dá para pensar numa empresa saudável quando as instituições em volta dela não funcionam", diz Nussbaum.

Para o colunista, o conceito de inovação terá de ser ampliado e aplicado de forma sistêmica. O problema é como fazer isso. Ele defende que essa é uma tarefa para os designers. "O design desperta preconceitos nos CEOs, que o veem como a decoração de cor-

tinhas que as esposas fazem em casa", diz o colunista. Ele acredita que o preconceito nasce da incompreensão.

A disciplina, outrora restrita ao campo da criação visual, está ganhando amplitude. Hoje, dizem os designers, não é só um produto ou software que é passível de ser desenhado, mas também um organograma, uma experiência social ou a performance de uma equipe. Escolas de ponta nos Estados Unidos, como o Instituto de Design, em Stanford, e a Parsons, em Nova York, estão promovendo essa mudança. No currículo dessas escolas, constam disciplinas como Criação de Protótipos para Mudanças Organizacionais (que analisa práticas de negócios usando protótipos) e Criação de Ação Ineficaz (que estuda a disseminação de idéias e as motivações dentro de redes sociais).

Os defensores da idéia dizem que o design virou multidisciplinar e agora combina desenho, arquitetura, psicologia, engenharia social e gestão. Nas empresas, Nussbaum defende que serão os desenhistas que terão de achar soluções para os novos desafios globais. Com uma frequência crescente, acredita ele, o valor econômico está deixando de ser gerado por transações e, cada vez mais, por interações (pense na internet 2.0 e sites de relacionamento, como o Orkut). A dificuldade é que poucas companhias conseguiram até agora construir um negócio em torno dessa transformação - ou mesmo entendê-la.

Nussbaum acredita que os designers estão em melhor posição para lidar com a mudança, porque aprenderam a ser flexíveis e a lidar com problemas complexos usando uma gama ampla de ferramentas. "São as escolas de design que estão criando as ferramentas de transformação da gestão inovadora e também formando as pessoas que irão implementá-las. Elas tomaram a frente das tradicionais escolas de negócios." Se o colunista estiver certo, a inovação poderá ser redesenhada. (A.o.)