

"Geração Google tem coragem para inovar"

Steven Johnson

Para pesquisador, jogar videogame é bem mais produtivo que ver televisão. Johnson diz que as grandes ideias surgem quando se produz conexão entre as diferentes disciplinas.

Folha - O que o sr. encontrou de mais intrigante ao investigar a história da inovação?

Steven Johnson - Que essa ideia de insight não existe. Darwin não descobriu a seleção natural em um "momento eureka". O gênio solitário é uma raridade na história das inovações.

O sr. diz no livro que a web e as grandes metrópoles são os ambientes mais apropriados para a inovação. Por quê?

São ambientes propícios para novos tipos de colaboração. A web tem uma arquitetura aberta e foi construída sobre a plataforma da internet, que é aberta. Tim Berners-Lee não teve de pedir permissão para inventar a web. É muito fácil para qualquer pessoa criar uma rede social ou um site de leilão.

E nas grandes cidades?

Nas cidades as pessoas dividem espaços, há um fluxo de ideias. As pessoas estão muito perto umas das outras. E, como há muita diversidade, as ideias são emprestadas de uma área de especialização para a outra. Essa diversidade faz a cidade mais criativa.

A regra de que quanto maior a comunidade maior a inovação não parece valer para as grandes corporações.

A não ser que estejamos falando da Apple. É um ponto interessante, não tinha pensado sobre isso. Acho que a diferença é que a cidade e a web envolvem muita gente, mas não são hierárquicas, não têm dono. Na empresa, o presidente dá ordem para o diretor, que dá ordem para o gerente. As pessoas não experimentam pois temem ser demitidas e porque têm de se preocupar em fazer o que o chefe manda.

O sr. acredita que a cultura organizacional do Google estimula a inovação?

Acho que eles estão fazendo um bom trabalho no sentido de manter viva a cultura de "start up". As pessoas são estimuladas a trabalhar em projetos laterais.

Mas é interessante pensar que, até a criação do Android [sistema operacional para celular], todos os projetos que eles tentaram fazer internamente não decolaram. Eles ainda são, basicamente, uma empresa de busca com um negócio de propaganda.

No livro o sr. diz que a competição capitalista é menos central para a inovação do que se pensa. Por quê?

Sempre acreditamos que competição gera inovação. De fato, empresas nascentes são muito inovadoras. Mas existe um mundo de novas ideias de impacto que surge fora do ambiente de mercado. Elas surgem nas universidades, em plataformas de código aberto ("open source"). O mercado é ótimo para pegar boas ideias e transformá-las em produtos comerciais.

Como estimular a inovação?

Circular com pessoas de diferentes áreas. Há um grande estudo que eu cito sobre pessoas inovadoras no trabalho: as mais criativas tendem a andar com pessoas de outras profissões. Só andar com pessoas parecidas torna você menos original no modo de lidar com problemas. É um argumento não político em prol da diversidade.

É possível promover uma educação mais criativa?

Precisamos cada vez mais fazer conexões entre disciplinas. Muitas das grandes ideias surgem de pessoas que pegam uma ideia de uma área do conhecimento e a usam para encontrar sentido em outro campo.

A nova geração é muito conectada, mas muitas vezes isso pode levar à dispersão. A capacidade de reflexão não é importante para a inovação?

Para inovar é preciso mais do que apenas estar conectado. É preciso coragem e acho que a Geração Google tem isso. É uma geração muito empreendedora. A experiência ajuda a descobrir quais conexões serão mais eficientes. Isso vem com a idade. Essa turma vai se dar muito bem. Não é perfeita. Mas, comparando com a minha geração, que cresceu vendo TV, passar o dia jogando videogame é bem mais produtivo.

Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 24 out. 2010, Mercado, p. B11.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais