

## A chave para inovação

Para inovar, uma empresa necessita criar um ambiente certo, uma cultura certa para inspirar as pessoas e potencializar suas mentes

Há alguns bilhões de anos uma sopa química deu origem a vida em nosso planeta. Antigas formas de vida foram ficando mais e mais sofisticadas por meio de três simples mecanismos (mutação, cruzamento e seleção), fantasticamente explicados por Darwin, em 1859. Alguns organismos começaram a desenvolver estruturas neurais, capacidade de se comunicar e de criar ferramentas. Desenvolvemos a capacidade do design, de criar o novo, também criamos a arte, a ciência e a tecnologia, com a qual dominamos todas as outras formas de vida. Com a capacidade de criar aceleramos ainda mais o processo e ganhamos escala.

Mudamos tudo a nossa volta e criamos um modelo de vida além do que os recursos do planeta seriam capazes de sustentar. Alguém poderia dizer: “É porque somos muitos!”, mas será que é por isto mesmo? Se compararmos a biomassa humana com a biomassa das formigas, por exemplo, as formigas pesam de três a quatro vezes mais que nós. Seria o equivalente a ter 30 bilhões de pessoas no planeta atualmente. Também, alguém poderia dizer: “É porque não tem dinheiro para todo mundo!”, mas será que é falta de dinheiro? Lembro-me do Ted Turner, criador da CNN, dizer que os trilhões de dólares gastos na guerra-fria seriam suficientes para todo ser humano viver no paraíso material, ou seja, não é porque somos muitos ou porque não temos dinheiro, mas sim pelo modelo de vida que escolhemos.

Podemos pensar a tecnologia, a comunicação e a competição do mundo atual como partes de um processo similar aos usados na seleção natural. A tecnologia atua como um mecanismo de mutação e constantemente gera novas possibilidades. A comunicação e a conectividade permitem a combinação de ideias equivalente a um mecanismo de cruzamento. E, por fim, a competição dos mercados atua como um grande processo de seleção, decidindo o que sobrevive e passa para a próxima geração. Uma dinâmica capaz de nos manter em constante revolução e de criar toda essa diversidade de ideias, produtos, serviços e experiências que estamos presenciando.

Darwin nunca disse que era o mais forte ou o mais inteligente que sobrevive, o que ele nos disse foi: “Quem sobrevive é quem está mais preparado para mudanças, ou seja, o mais adaptável”. Em um mundo de extrema competição como o que estamos vivendo, pessoas e organizações precisam aprender a se adaptar, cada vez mais rápido.

O que determina o sucesso de uma organização é a capacidade de atrair a atenção dos consumidores para as suas ideias, produtos ou serviços. E, para isso, é preciso se diferenciar. A essência da inovação é a busca pela diferenciação. A tentativa de deixar o cardume e buscar uma nova alternativa. Algo que, até então, não acontece na tecnologia ou em qualquer outro lugar, mas exclusivamente em nossas mentes. Uma capacidade que não dá para ser percebida pelo exterior. Não importa a idade, a origem, o sexo ou a cor da gravata, mas envolve a capacidade de navegar no problema sem se perder; modelar o todo e as partes, fazer as perguntas certas, nas horas certas; vencer aparentes contradições; manter a mente de criança; arriscar; e, assim, criar e contar uma nova história.

Conhecimento é a chave para abrir as portas da inovação e está diretamente ligado com a qualidade de nossas fontes e o treinamento intelectual que nos colocamos. Se procurarmos ideias radicalmente diferentes, nossa perspectiva precisa ser radicalmente diferente. Richard Feynman, ganhador do Prêmio Nobel de Física de 1965, costumava dizer que se colocava no lugar de marcianos para se perguntar: “O que eles iriam achar se encontrassem tal problema?”

Para inovar, uma empresa necessita criar um ambiente certo, uma cultura certa para inspirar as pessoas e potencializar suas mentes a atingir todo seu potencial. Não adianta comprar máquinas, processos, sistemas e não trabalhar o indivíduo. Trata-se da tarefa mais importante para os líderes de hoje. Em inovação não existem fórmulas. Antes de criar as inovações, precisamos criar os inovadores.

*Charles Bezerra (Diretor-executivo do Gad’Innovation. Possui Ph.D. em Design pelo Illinois Institute of Technology e trabalhou como consultor de inovação em vários projetos internacionais para empresas como Steelcase, Sabre Holdings e Marriott Hotels. Foi gerente de design para América Latina da Motorola e ganhou o prêmio de ouro no IDEA’08. Também é autor do livro “O designer humilde: lógica e ética para inovação”)*

**HSM Online**

**16/06/2010**

*Este artigo foi desenvolvido exclusivamente para o Portal HSM. A reprodução total ou parcial deste conteúdo é permitida mediante citação de fonte e inserção do link para o Portal HSM Online.*