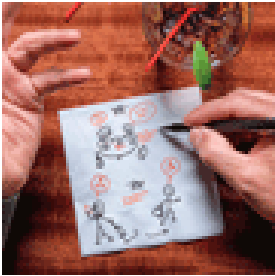


Desenhe seu negócio num guardanapo



REPORTAGEM MOSTRA COMO O WAL-MART, A MICROSOFT E OUTRAS EMPRESAS ESTÃO USANDO O PODER DAS IMAGENS PARA DIGERIR IDÉIAS COMPLEXAS

As empresas usam, cada vez mais, ilustrações simples para traduzir conceitos complicados e transformá-los em pepitas –facilmente compartilháveis e recordáveis. “A expressão gráfica e o pensamento visual são parte central da cognição humana”, afirma Neil Cohn, pesquisador de psicologia cognitiva e linguística da Tufts University, de Massachusetts, Estados Unidos. Essas idéias estão sendo utilizadas com fins diversos: desde para explicar como as empresas vendem o que elas fazem até para definir a estratégia. Mark Zuckerberg, por exemplo, já disse que o Facebook, rede de relacionamentos criada por ele, é baseado no “gráfico social”, um modelo visual de como as pessoas interagem.

“Entre o excesso de informação, a globalização e a mera complexidade das empresas modernas, temos de ser mais visuais e menos dependentes da linguagem ao comunicar idéias”, explica Dan Roam, consultor visual que presta serviços a organizações de relevo como eBay, Wells Fargo e Marinha norte-americana. Seu livro sobre como usar esboços em caneta e papel para benefício próprio, *The Back of the Napkin: Solving Problems and Selling Ideas with Pictures*, foi publicado em março nos Estados Unidos pela editora Penguin.

Confira a seguir quatro circunstâncias em que os clientes de Roam colocaram seu pensamento em figuras com grande sucesso.

Infosys Consulting

O modelo básico de negócios da Infosys é simples. Levar o trabalho aos trabalhadores, em vez de levar os trabalhadores ao trabalho. Mas as comunicações na empresa eram misteriosas. “Podiam nos acusar de cometer assassinatos com PowerPoint”, diz o presidente Stephen Pratt. “Nós lutávamos para passar nossa mensagem adiante.” Então, a Infosys lançou um programa denominado Perfect Pitch, que objetivava simplificar as apresentações tanto dentro como fora da empresa. Funcionou. “Nosso pessoal é muito mais eficaz agora”, revela Pratt. Um desenho do tipo “antes e depois”, que compara a economia mundial clássica e o sistema Infosys, foi especialmente útil. Pratt usou tal esquema ilustrativo no Fórum Econômico Mundial, em Davos, na Suíça, para explicar o que a Infosys faz e como funciona, instantaneamente.

Peet's Coffee & Tea

Há cerca de um ano, os líderes da Peet's encararam um desafio: comunicar a nova visão, a missão e os valores a 3,5 mil funcionários. O plano fracassaria se o pessoal não compreendesse o conceito “servir, gerir, desenvolver e inspirar”. “A tarefa era tornar simples e divertido esse conceito aparentemente estranho”, conta o presidente Pat O’Dea. “Tudo que fazemos em nossa loja está relacionado com um de nossos quatro princípios e, se as pessoas compreendem isso, quando pomos os quatro juntos, criamos clientes que são fãs.” O’Dea queria um guia visual que pudesse ser distribuído em todas as lojas e nos

escritórios para todo mundo ficar na mesma sintonia –do faxineiro ao diretor. “Quando apresentamos o guia, foi como se lâmpadas se acendessem para as pessoas.”

Wal-Mart

“Você pode considerar praticamente qualquer coisa com a qual nós lidamos e que está relacionada com a sustentabilidade, e ela tangenciará centenas de outras”, afirma Andy Ruben, vice-presidente de estratégia de marca própria do Wal-Mart e ex-vice-presidente de estratégia corporativa e sustentabilidade. Quando esse ás do varejo solicitou à área de relações públicas que tratasse das iniciativas de sustentabilidade, a equipe precisou encontrar um modo de fazer com que as pessoas soubessem como o Wal-Mart focava os temas ambientais.

“Conforme evoluíamos, identificávamos conseqüências intencionais (como a economia de energia) e não-intencionais, tanto positivas como negativas”, explica ele. Representar idéias complexas visualmente ajudou a esclarecer as compensações entre as conseqüências. Os desenhos se transformaram em imagens computadorizadas que alimentaram o *site* da empresa.

Microsoft

Quando o diretor-financeiro da Microsoft, Chris Liddell, percebeu a dificuldade de conciliar os diversos relatórios financeiros que recebia, resolveu que a empresa tinha de desenhar em papel o incrivelmente complexo sistema da gigante do *software* e as ligações dentro desse sistema. Pôs uma equipe para fazer esboços que exploravam a maneira como a informação era disseminada e, depois, ela sugeriu sistemas mais simples. Os protótipos finais retratam um painel financeiro que dá ao diretor o que ele necessita em uma única olhada. “Uma coisa que me surpreendeu foi a ligação emocional com coisas que desenhemos à mão”, diz Joel Creekmore, gerente-financeiro da Microsoft. “Você não teria a mesma ligação com o conceito se eu o tivesse desenhado no computador.” Uma afirmação e tanto, vinda dos criadores do Visio, *software* de comunicação visual. ●

© **Fast Company**

A reportagem é de Kate Bonamici Flaim, colaboradora da revista *Fast Company*.