

“A Inovação na era da Sociedade da Informação”

João Picoito, Siemens Networks, S.A. – joao.picoito@siemens.com

Leonor Almeida, Siemens Networks, S.A. – leonor.almeida@siemens.com

Resumo

A Sociedade da Informação tem sido um catalisador do desenvolvimento da sociedade, influenciando, de forma significativa, os mais diversos sectores. Para o dinamismo que caracteriza a Sociedade da Informação, a inovação tem desempenhado um papel determinante na criação e lançamento de produtos e serviços que originaram novas formas e estilos de vida. A inovação propriamente dita tem sofrido uma evolução, quer em termos de modelos, quer em termos de metodologias.

Inovar é, hoje, uma actividade influenciada, ela própria, pelos avanços da Sociedade da Informação, possibilitando a diferenciação num espectro cada vez mais alargado de áreas de actividades e através de um cada vez maior número de factores. Numa era em que a Sociedade da Informação requer às organizações uma capacidade de permanente renovação para assegurarem a sua sustentabilidade, identificar os modelos e os sistemas de gestão de inovação mais adequados para que essas organizações possam gerar valor para os seus stakeholders é um exercício de primordial importância.

Palavras-chave: Inovação; Sociedade; Ecosistema; Oportunidade; Informação;

INTRODUÇÃO

Inovação:

Inovação pode ser definida como algo que acrescenta valor, a soluções ou produtos, já existentes ou criados de novo. Seja incremental ou radical, uma Inovação só tem existência, quando transformada ou aplicada num produto, com aceitação por vários utilizadores (em mercado de nicho ou de massa).

Sociedade de Informação:

A Sociedade em que vivemos é, cada vez mais, baseada na Informação. A quantidade de Informação aumenta a um elevado ritmo, cada dia que passa, tornando-se a sua gestão cada vez mais complicada.

Para que a Sociedade se desenvolva, torna-se cada vez mais necessária a existência de soluções e mecanismos inovativos, que permitam o acesso à informação, em tempo útil, de uma forma simples.

Inovação e Sociedade de Informação:

Veremos, ao longo deste texto sobre “A Inovação na era da Sociedade de Informação” vários aspectos relacionados com este tema (ver figura 1), aspectos estes que potenciam e ou condicionam a velocidade da Inovação na Sociedade de Informação e o estado de desenvolvimento da própria Sociedade de Informação. Os aspectos a salientar não são os únicos que influenciam e podem ser influenciados, mas sim alguns que, pela sua importância, devem ser mencionados.



Figura 1 – Inovação e Sociedade de Informação

1 Interdependência entre Inovação e Sociedade de Informação

A Sociedade de Informação é condicionada pela Inovação e a Inovação é condicionada pela Sociedade de Informação. Há assim uma interdependência entre Inovação e Sociedade de Informação; se, por um lado, a Sociedade de Informação não se desenvolve não havendo Inovação, por outro, a Inovação não se consegue

concretizar, em termos de bens e serviços, sem uma Sociedade de Informação desenvolvida, como seu suporte, que absorva estes bens e serviços. Uma Sociedade de Informação desenvolvida está em princípio receptiva à adopção de novas soluções, de evoluções dos sistemas mais antigos, de abordagens inovativas aos serviços, da utilização de meios emergentes. Sem Inovação não se criam e lançam produtos; quanto maior grau de Inovação existir, maior procura vai haver de novos produtos e maior aceitação existirá dos mesmos. É um ciclo que se inicia, ganha uma dinâmica própria, criando e desenvolvendo oportunidades.

A necessidade da Inovação encontra-se presente, no dia a dia, em variados campos desde a educação à gestão das empresas, passando por muitos sectores e por factores, como as atitudes da Sociedade ou como os diferentes Estilos de Vida, que se vão modificando e redefinindo naturalmente ao longo do tempo.

O papel da Inovação tem sofrido, ano após ano, uma evolução, quer em termos da importância que lhe é oferecida, quer em termos de modelos ou metodologias que utiliza.

Inovar passa por procurar oportunidades, correr riscos, alterar hábitos da Sociedade e dos seus utilizadores.

2 Modelos de Inovação

Há muitas teorias sobre quais os modelos de Inovação a usar. Não é objectivo que aqui seja feita uma descrição detalhada sobre os mesmos ou um resumo sobre os que deram melhores resultados.

De uma forma simples, para se ser capaz de inovar há que ter uma preocupação constante, algo que nos inquiete e faça procurar, não problemas, mas sim soluções; um espírito crítico e acordado, permanentemente, é necessário para alimentar a geração de ideias e a sua transformação em potenciais oportunidades.

A procura constante de resolução de situações, conduz a um estímulo à criatividade, que pode ser abstracta, ou com um alto sentido prático e focado em testar, imediatamente, a aplicabilidade da solução encontrada, ou seja, validar a oportunidade.

O sucesso depende, entre outros factores, da motivação, da dedicação e persistência, da percepção que se tem do mundo e da própria Sociedade de Informação.

3 O Pensamento Estratégico e a Inovação

Actualmente as preocupações da indústria traduzem-se numa mudança da aproximação ao mercado, procurando a forma mais eficiente, para cada um dos respectivos segmentos, tanto quanto possível oferecendo produtos de massas, apresentando um conjunto rico e inovativo de soluções e ou variantes das mesmas.

Nem sempre se pode estar seguro que a estratégia que se está a seguir vai originar produtos, com sucesso, no mercado. Até podem ser potencialmente inovativos, mas não darem garantia de sucesso. Há todo um conjunto de factores que podem influenciar o atingir ou não desse sucesso, como veremos adiante. Já o contrário não se poderá dizer, isto é, sem uma preocupação de validação, de qual a melhor estratégia a seguir, dificilmente criaremos, espontaneamente, como que saídos de um saco do imaginário, bons e inovativos produtos.

Definida uma estratégia, há que ser conseqüente e persistente no seu acompanhamento, mesmo quando não é evidente qual vai ser o resultado da sua aplicação; pode parecer um sucesso e transformar-se numa moda, que rapidamente passa ou, pelo contrário, ter um sucesso sustentado, que até pode ser inesperado.

Não era evidente, no século passado, o papel que os computadores e equipamentos derivados viriam a desempenhar actualmente, na sociedade e na vida de cada um. O

chefe (CEO) da IBM, "Thomas J. Watson" previa em 1943, que haveria lugar para 5 computadores em todo o mundo..., em 2006 deveremos estar a chegar muito perto da existência de mil milhões de computadores.

4 A interligação ou separação de trabalho e vida privada

É um facto que a forma como hoje em dia o trabalho é encarado modifica a vida pessoal de cada um de nós. É também verdade que a vida particular de cada um é fortemente moldada (positiva, negativamente, ou ambas) pela nossa vida profissional. A Sociedade de Informação revoluciona, dia a dia, a nossa forma de estar, quer no emprego, em cada dia de trabalho, quer na nossa vida particular. A interligação ou separação destas duas realidades traz certamente uma oportunidade enorme para estimular o aparecimento de soluções inovativas, altamente criativas, na gestão das mesmas e dos ambientes que as envolvem.

Pretendemos unir os nossos locais de trabalho e privado num só, e nesse caso qual prevalece?

Trabalhamos em casa, ou dormimos no trabalho?

Ou será que queremos ter a possibilidade de decidir se em casa queremos trabalhar ou no trabalho queremos resolver temas pessoais?

São questões pertinentes, para as quais, provavelmente, não há uma resposta única.

Hoje em dia é tecnicamente possível, em muitos tipos de trabalho, recriar em casa o ambiente de trabalho, através do acesso a tecnologias de informação, a banda larga, a Internet e outros meios; não é contudo ainda uma situação usual, e é ainda menos usual que isso seja aceite como a regra e não como a excepção.

Há espaço para muita inovação ainda nesta área, massificando a sua utilização, tornando os custos competitivos de forma a serem adoptados por uma empresa, por exemplo.

Qual será o papel desempenhado pelos escritórios num futuro, que se vai aproximando: haverá uma gestão não tradicional, no escritório, da nossa vida particular ou a nossa casa vai-se tornando, cada vez mais, o nosso escritório?

Se respondesse a esta questão, hoje, diria que as nossas casas cada vez mais vão ter meios ao dispor para se tornarem numa extensão do escritório. Será essa uma provável evolução ou pelo contrário passa a ser o escritório, a disponibilizar mais serviços que ajudem a resolver a vida privada?

Do local de trabalho podemos, por telefone ou Internet, pedir a entrega, em casa, de uma refeição já pronta (por exemplo, porque foi necessário trabalhar até mais tarde, impossibilitando a preparação de um jantar, para a família, em tempo); é menos vulgar, se bem que, nalguns casos, já possível, no local de trabalho resolver temas pessoais, através da disponibilização de serviços especializados, em determinados segmentos, contratados pela empresa onde cada um trabalhe.

Tomemos uma situação como exemplo: hoje em dia as pessoas, regra geral, se necessitarem de limpar uma peça de roupa, a seco, deslocam-se à lavandaria, no seu tempo livre; num futuro próximo poderemos assistir a uma transformação de usos em que, por exemplo, a roupa para limpar seja recolhida pelas lavandarias nos locais de trabalho. Num cenário em que passamos mais horas no trabalho do que em casa pode fazer mais sentido esta alteração de hábitos (para quem recorre ao serviço e para quem é prestador do mesmo).

É quanto aos edifícios de trabalho, podem evoluir para locais onde as pessoas se encontram apenas quando têm de estar em conjunto?

Pode acontecer que cada um de nós não tenha um local fixo de trabalho, cada dia venha a usar uma célula de trabalho, que esteja disponível e seja adequada à actividade que tenha para desempenhar, nesse dia. Há espaço para Inovação no desenho e concepção de edifícios que estimulem a criatividade de cada indivíduo e o

levem a inovar na sua área de especialidade ou que procurem que sejam reunidas as competências necessárias, para que as ideias inovativas que têm se possam tornar produtos.

A forma como o nosso dia a dia decorre tem mais a ver com os nossos hábitos e os hábitos da sociedade em que vivemos, do que com o estado da tecnologia; demonstra a experiência que, regra geral, a tecnologia é disponibilizada antes da sociedade estar motivada para a aplicar em grande escala.

Há hábitos que certamente vamos mudar e que ainda não prevemos; olhando para o passado, a título de exemplo, seria provavelmente impossível, há alguns anos, para alguns de nós ou para os nossos pais, pensar nas alterações que a televisão iria introduzir nos nossos hábitos.

5 Meios

Os meios disponibilizados pela Sociedade de Informação, como o acesso a elevada largura de banda ou o acesso à Internet, potenciam comodidade no acesso à informação.

Disponibilidade no acesso, Segurança e Qualidade de Serviço são algumas das características essenciais, que os meios, combinados com soluções inovativas, têm de assegurar para garantir o sucesso do serviço.

Dificuldade na utilização dos meios, no acesso à informação que se necessita, através de e-mail, consulta de “attaches”, consultas sobre determinado tema, atrasam o processo de evolução e desmotivam o utilizador final.

Um elevado grau de “webização” numa sociedade, ou numa firma, pode ser, entre outros factores, um facilitador à Inovação nos Serviços, públicos e privados.

O papel de um especialista informático, num ambiente que todos usam como habitual e quase invisível, parece irrelevante, o ambiente é assumido como garantido, sem consciência da existência de alguém que o controla e mantém em bom funcionamento; por exemplo, numa grande Firma de advogados ou num Hospital, o informático só é relevante quando algo não funciona ou funciona mal, o resto do tempo passa despercebido.

Os meios que suportam a Sociedade de Informação são importantes, mas não servirão, por si só, se os recursos, para a criação e manutenção dos mesmos, não forem disponibilizados.

A convergência entre as telecomunicações, as tecnologias de informação e os Media em geral, aceleram o desenvolvimento da Sociedade de Informação e da comunicação entre os vários intervenientes.

6 Educação

A Educação tem um papel determinante e condicionante do ritmo de evolução da Sociedade. O grau de familiaridade com os meios computadorizados está a evoluir de geração em geração. É tão importante que existam meios, como que se saiba utilizá-los. O tipo de infra-estruturas existentes nas escolas e locais de ensino em geral, assim como os recursos para a educação têm de ser pelo menos compatíveis com as tecnologias e as necessidades de comunicação actuais numa sociedade desenvolvida. O papel das escolas, na orientação da pesquisa, é muito importante (na Internet por exemplo); hoje em dia, a maioria das escolas pede ao aluno que pesquise informação, pode até sugerir a utilização da Internet, mas não ensina a pesquisar a informação, nem que a informação que está na Internet pode ser ou não fidedigna. Os alunos, nas suas pesquisas, confrontam-se, frequentemente, com respostas diferentes a uma mesma questão, o que nalguns casos estará correcto, mas noutros estará totalmente errado. Essa sensibilidade, de validação da informação pesquisada, não existe. Cabe

às escolas e à família a criação da mesma e munir os jovens alunos das ferramentas necessárias a saberem como se hão-de comportar nas várias situações.

Atendendo ao elevado número de horas que os jovens passam na escola e ao cada vez menor número de horas que passam com a família, esta sensibilização tem de ser repartida entre Escola e Família.

Todos nós nos arrepiamos, a cada dia, quando lemos ou ouvimos notícias e nos chega ao conhecimento que jovens são vítimas, com maior ou menor gravidade (ao usar por exemplo a Internet), de mentes, eventualmente até brilhantes, mas mal intencionadas. Não se podendo, nem devendo, colocar os jovens numa redoma de vidro, para serem protegidos a cada segundo, então uma possível solução é construir uma redoma virtual dotada de ferramentas que os mesmos saibam utilizar e que os protejam desses ataques. A sensibilização para este tema é muito importante e não pode ser ignorada.

Há que criar a necessidade e o à vontade na Sociedade de Informação. É essencial revalorizar a importância das Engenharias numa sociedade em evolução, uma vez que, para além das Ciências Humanas, também estas desempenham um papel relevante na evolução e desenvolvimento da Sociedade e do Saber. Desde cedo deverá ser estimulada a criatividade nos jovens através de técnicas próprias, que normalmente não fazem parte dos programas das escolas. Mais do que saber falar muito bem sobre um assunto que estudou, é essencial que os jovens ganhem a capacidade de pensar, relacionar, reutilizar conhecimentos em situações aparentemente díspares. Após a conclusão de um curso superior, parte da informação que aí é apreendida vai ser válida toda a vida, outra vai ser modificada, com a própria evolução no tempo; o conteúdo das matérias do curso, até certo ponto, pode ter associado quase que um prazo de validade, à partida indefinido; a capacidade de raciocinar e correlacionar fica para toda a vida; ter consciência deste facto é ter consciência que toda a vida iremos precisar de continuar a estudar, é valorizar o papel da formação contínua (formal ou através da curiosidade própria) e criar uma cultura de competência.

A competência e rigor devem ser tidas como valores nas escolas e na educação.

A qualidade da educação disponível potencia ou condiciona a Inovação e o estado de desenvolvimento da Sociedade de Informação.

7 Atitude

Um dos factores a não subestimar tem a ver com a atitude da Sociedade. A aceitação ou não de um Serviço passa pela atitude que se tem ao usá-lo.

A necessidade de estar sempre ligado é cada vez mais notória nas camadas mais jovens ou não tão jovens, mas mais diferenciadas. Cada vez mais, estes segmentos se movem em comunidade, os grupos de “chat”, os grupos de amigos ou as comunidades unidas por um tema.

A nossa postura como cidadãos é um factor determinante; o acomodar ao mais fácil, ao conhecido, não obrigatoriamente ao melhor, o “podia ser pior” (tão tipicamente português), a capacidade para experimentar e ou adoptar novas formas de estar. Não se muda algo que não está bem; porque não se tenta fazer diferente e melhor, se tantas pessoas acham que seria possível fazê-lo?

A percepção errada que se possa ter sobre um tema ou as ideias pré concebidas é por vezes condicionadora do sucesso de uma Inovação. A atitude pode marcar a diferença entre sucesso e insucesso, sendo assim determinante na existência ou não de uma cultura de Inovação numa Sociedade.

8 Informação

A informação pode ser tudo ou nada se não estiver tratada. Há falta de sistematização de Informação. Há falta de Qualificação da informação e nalgumas situações da gestão dos conteúdos e dos direitos dos mesmos a validade dos conteúdos não é feita; será talvez necessário existirem mecanismos de certificação ou reconhecimento da validade da informação nos conteúdos.

É importante criar a dependência saudável da Informação. O que há alguns anos se conseguia cultivando o gosto pelos livros, terá agora de se fazer provavelmente com a informação e com o acesso à Internet. É certamente necessária uma abordagem diferente numa época diferente, com meios disponíveis diferentes. A informação é essencial a uma Sociedade que se pretenda inovadora.

9 Gestão de Conhecimento

A Inovação de Serviços na Sociedade de Informação pode ser um facilitador do acesso ao conhecimento. A ideia de base será acrescentar valor, não fazer o que já está feito, concentrarmos energias no que pode ser feito de novo. Para isso há que haver partilha de conhecimento, facilidade na comunicação.

Havendo uma aprendizagem do que já existe, o ponto de partida está mais à frente. Começamos o nosso trabalho reutilizando o que já foi descoberto, replicando e adoptando boas práticas. Há muitas metodologias e práticas de gestão de conhecimento, não interessa tanto qual a que é escolhida, mas sim que esteja acessível e seja uma fonte facilitadora de acesso ao conhecimento.

A Inovação facilita a comunicação e o acesso à informação na Sociedade de Informação.

A gestão do conhecimento, ou se quisermos, o conhecimento em sentido lato, constitui um elemento preponderante e fundamental para a Inovação num contexto da Sociedade da Informação.

10 Estilo de Vida

Há utilizadores com diferentes características. Cada vez mais, os jovens necessitam, desde muitos novos, de ter acesso à Internet para fazer os seus trabalhos da escola. Este é um segmento com características próprias, com determinados custos associados; há que criar Soluções adequadas a vários segmentos, a vários tipos de informação, consoante a idade, o objectivo ou o grau de conhecimento que tem sobre o tema. Estas diferenças acabam por criar perfis de utilizadores com características específicas e com estilos de vida associados.

É cada vez mais relevante ter em consideração o ecossistema formado por utilizadores, tecnologias e terminais. Só com uma adequada articulação destes intervenientes se tem sucesso. De que serve desenhar um equipamento terminal excelente, cheio de potencialidades e colocá-lo no mercado sem aplicações ou sem que o utilizador final tenha uma ideia das vantagens que poderá ter em utilizá-lo. De que serve um Serviço espectacular, disponibilizado como uma aplicação cujo "download" pode ser feito da Internet, mediante o pagamento de uma dada quantia, se não houver terminais com características adequadas para receber esse Software ou se existir o terminal adequado técnica e funcionalmente, mas ...a um preço proibitivo? A título de exemplo incluímos uma possível representação de um ecossistema auto explicativo.

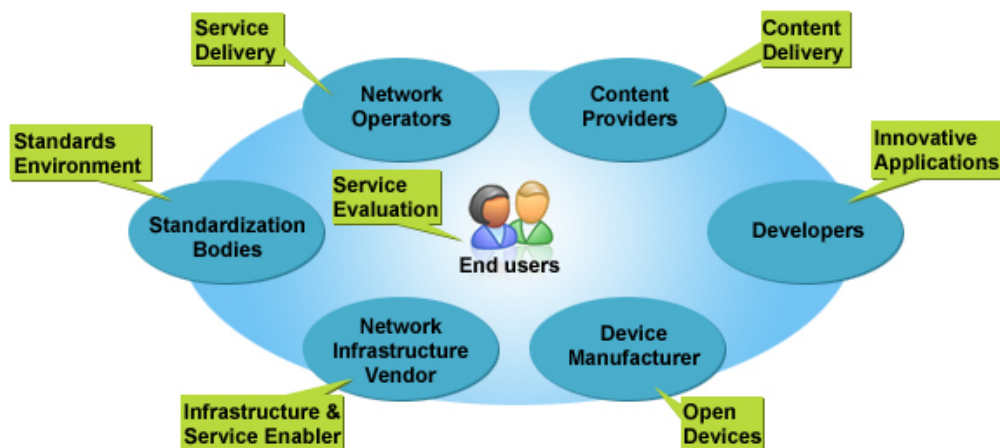


Figura 2 – Ecossistema

É fácil de visualizar, através da figura acima (Figura 2), as interdependências entre vários agentes.

O que leva alguém a optar por usar a Internet, ou pelo contrário a deslocar-se a uma repartição, a um escritório ou a um banco?

Os vários estilos de vida criam oportunidades para inovar, sugerem ideias, criam necessidades. Não nos comportamos todos da mesma forma, o nosso comportamento e ou preferências dependem nuns casos da idade, noutros dos nossos amigos e dos seus e nossos hábitos, noutros ainda da hora do dia ou da estação do ano, do clima, e inclusive de factores que nem sempre conseguimos objectivar (do nosso humor, do nosso sucesso pessoal ou em comunidade, ...).

Há quem defenda que a inovação está associada a conceito de estilos de vida e de atractividade dos locais, mesmo na génese dos produtos, isto é, há quem defenda que é possível identificar ambientes ou locais mais ou menos propícios para inovar.

O aumento da esperança de vida e conseqüente envelhecimento da População, geram novos segmentos de mercado e de estilos de vida, criando novas necessidades e abrindo a porta ao aparecimento de outras soluções, desde a saúde ao entretenimento.

11 O ambiente

Vejamos agora o que se passa à nossa volta e para facilitar a escrita, passarei a designar tudo o que existe à volta de cada um de nós, sejam pessoas, objectos ou afectos, por ambiente.

A Inovação necessita de esforço. As dificuldades no dia a dia, na sociedade de Informação, são um excelente meio, potenciador, para motivar Inovações. Há questões básicas a realçar, que têm de estar asseguradas, nomeadamente infra-estrutura adequada, segurança e conteúdos úteis. Será que o ambiente em que vivo estimula a realização desse esforço?

Será que eu quero, ou não, quando acedo a informação, ver as minhas preferências? Se isso acontecer, independentemente de ser o que eu quero ou não, novas preocupações se levantam; será que eu sei tudo o que está a ser guardado, relativo a informações sobre mim? Quando acedo a uma página, quando respondo a um inquérito, quando faço um exame médico? Esta recolha de informação e sistematização da mesma, quando feita, também pode ser vista como uma

manipulação (e.g. informação cruzada), como uma utilização indevida da informação, privando um sujeito da sua liberdade, como indivíduo.

Tenho o direito de pedir uma segunda opinião, por exemplo a um médico ou advogado, sem que essa mesma opinião esteja condicionada? Julgo que sim, mas será que isso é possível num ambiente altamente informatizado? Que correlações ou ligações existem entre os prestadores de um dado tipo de serviço?

Será que estabeleço sempre a ligação entre um Serviço que vou usar a um anterior que já usei? Será que alguém está a fazer isso sem que eu me aperceba?

Qual a informação e como está a ser usada sobre cada indivíduo, pode ser determinante para a confiança que se tem ou não ao usar um serviço. O ambiente influencia-nos e nós influenciámos o ambiente. O que nos facilita a vida, em vários ambientes, pode ser uma alavanca para Inovação.

12 A interacção entre os sistemas

A Inovação pode vir de uma combinação de ideias de ambientes aparente ou realmente diferentes, onde a Inovação pode surgir quer a partir de algo que os une (do que têm em comum) ou do que os separa ou diferencia (passando a permitir interligação entre esses mundos). O resultado? Pode traduzir-se em algo realmente novo ou na interligação entre sistemas, na sua interoperabilidade, na comodidade e ou facilidade de utilização.

A interacção entre os sistemas e a sua observação permite Inovações Inter e Multidisciplinares.

13 As Barreiras à Inovação

Mecanismos necessários para garantir Segurança, privacidade de dados e de acessos, num contexto de Sociedade de Informação aberta, onde privacidade e individualidade têm de ser garantidas, são cada vez mais exigidos. A falta da garantia destes factores levanta uma barreira à adopção das novas tecnologias e soluções.

Inovar e errar, é um processo muitas vezes iterativo ("try and error"). O medo de errar, pode ser uma barreira à Inovação, principalmente quando, como sucede na nossa sociedade, não temos muito a cultura da aprendizagem pelo erro. Existe o medo da exposição ao fracasso ou a um potencial ridículo. Nem tudo se pode adiar por causa de barreiras encontradas, nem tudo se pode querer resolver simultaneamente, há que encontrar o equilíbrio adequado. Uma grande parte das barreiras identificadas, após um "Survey", e a sua sistematização não passam de desculpas, isto é, são barreiras ultrapassáveis, talvez com algum esforço, é claro.

14 O Valor da Inovação

Qual o valor de uma Inovação?

O que alguém como indivíduo está disposto a pagar pela mesma ou o que tem aceitação por muitos?

Nem sempre é fácil de estimar o valor ou potencial da Inovação. Há alguns bons exemplos do passado que o demonstram, como o automóvel, a televisão ou o telefone. Em 1900 o Sr. Daimler dizia que não haveria mercado para mais do que 5000 automóveis no mundo, especialmente porque não havia condutores suficientes!..., calcula-se que hoje haja cerca de 800 milhões de automóveis no mundo, um factor multiplicativo de 160 000. Também algum tempo mais tarde o presidente da 20th Century Fox Darryl F. Zanuck afirmava que a televisão não tinha futuro, passada a novidade inicial, dos primeiros seis meses, ninguém teria paciência ou vontade para ficar em casa a olhar para uma caixa quadrada!...actualmente 98 %

das casas nos EUA têm pelo menos uma televisão e 50% têm uma segunda. O telefone, sem o qual, não podemos viver hoje, foi outro exemplo, onde este fenómeno de subestimar o mercado, associado ao produto, se verificou.

É hoje indiscutível, para qualquer um de nós, o valor do automóvel, da televisão ou do telefone, como Inovações e como impacto na Sociedade, quer do ponto de vista de mercado quer do ponto de vista da necessidade individual criada, no entanto na sua época de arranque não foi espectacular o valor que viriam a ter. O que se passaria, pelo menos para alguns de nós, se tivéssemos de viver, por algum tempo, sem um telemóvel, por perto? Nem é bom pensar ..., o telemóvel já é percepcionado quase como uma peça de roupa ou uns sapatos, ou quase como parte da pele ..., se atendermos a que não é invulgar ver pessoas na praia com fato de banho e telemóvel na mão! Pegando neste exemplo diria que provavelmente o valor que um telemóvel, ou outra inovação, representa não é igual para todos os indivíduos e que terá sido percepcionado como algo valioso, para cada um de nós, face a situações diferentes, em instantes de tempo diferentes.

A percepção e avaliação do valor de uma inovação podem constituir um factor catalisador/acelerador do sucesso futuro de uma inovação. No entanto, o "timing" e o contexto, quando favoráveis, serão sempre mais determinantes que qualquer estimativa inicial.

15 A Adequação da Inovação no Tempo

Tudo é relativo no tempo. O valor, por exemplo, das especiarias no século XVI não é, de uma forma relativa, proporcional ao de hoje, em que tornaram um bem assumido, existente em qualquer supermercado, e não um bem especial. Na altura foi certamente a sua introdução na confecção de pratos a verdadeira inovação. Ainda hoje se pode inovar ao cozinhar através da mistura de diferentes especiarias e diferentes alimentos, mas o valor relativo mudou.

Em vez de especiarias poderia ter tomado qualquer outro exemplo que serviu como meio de troca, em várias épocas, como por exemplo, na era agrícola.

Então o que poderemos considerar um bem especial, hoje em dia? Será o conhecimento e a informação? Será o conhecimento, ou a informação, o nosso meio de troca, mesmo que envolvendo outros meios adicionais na transacção (como por exemplo o dinheiro?). Há de alguma forma uma analogia pois, via Internet (meio de acesso ao conhecimento), também o conhecimento chega num segundo (assumindo os meios) e não reside na arte, conhecimento ou idade de alguém que tenha de responder ou de um sábio ancião. Ou será que a Inovação estará no suporte, na forma de armazenamento? É a Inovação a descoberta de uma nova tecnologia ou é a tecnologia o suporte à inovação e ao serviço final? Diria que as duas situações podem ser consideradas Inovação.

É essencial entender o conceito de utilidade ou missão da Inovação. Uma Inovação para ter existência necessita de ter aplicabilidade (ou missão), seja para o nosso dia a dia, seja para os nossos tempos livres ou o nosso bem-estar (a criação de um espaço agradável, redutor ou eliminador de stress por exemplo), e tem de estar adequada no espaço, no tempo ou ainda a uma motivação que tenhamos (acabar com a fome, no mundo, por exemplo).

16 Modelos de Negócio

Já vimos anteriormente que começam a aparecer, cada vez mais, estilos de vida diferentes. Será que temos modelos de negócio adequados aos vários estilos de vida em mudança? Julgo que ainda não; certamente que a maioria dos modelos de negócio existentes, em utilização, não se adequam um para um às novas realidades. Assim há

que inovar também na forma de pensar e desenhar os modelos de negócio que facilitem e permitam um dado estilo de vida.

Vejam os exemplos. Já vimos anteriormente que há uma interdependência entre vida privada e profissional, o que não fizemos ainda foi analisar a rentabilidade potencialmente associada a essa situação, isto é: é mais rentável em termos absolutos ter o colaborador a trabalhar em casa ou num escritório? Provavelmente há respostas diferentes a esta pergunta, dependendo da situação. Actualmente são excepções as empresas que fazem esse tipo de análise, mas acredito que aumentarão progressivamente, à medida que a própria sociedade de informação evolui, se transforma e é transformada. É a redefinição dos modelos de negócio. É a redefinição do que é trabalho e onde é exercido, é também a redefinição da vida particular de cada indivíduo, como já vimos anteriormente. Há uma diferença grande, na abordagem de princípio, ao interesse particular e ao de uma empresa, o primeiro (o interesse particular) pode ser movido pelo tempo que se quer ter ou tem, por variadas razões, para dedicar aos tempos livres, à família, a nós próprios, pela ambição de uma realização profissional, ou por quanto se gostaria de ganhar por ano e quanto estamos dispostos a abdicar da nossa realização pessoal (ou ainda se a nossa realização pessoal passa ou não por uma realização profissional), o segundo (o interesse da empresa) será muito provavelmente movido pelos benefícios que uma ou outra abordagem traga para o desempenho da empresa.

17 Tecnologia

As evoluções na área da tecnologia são, por si só, frequentes e enormes inovações. Reutilização de conhecimentos, agrupamento dos mesmos, resultando em outras tecnologias, podendo ter um carácter mais evolutivo ou mais disruptivo.

A evolução na tecnologia tem, muitas vezes, como motivador a resolução de problemas, sobretudo quando os mesmos existem devido a uma limitação da tecnologia.

Vejo o papel da tecnologia sobretudo como um facilitador de criação de novas soluções, novas formas de viver, estar ou trabalhar.

Notas Finais:

Se as notas deste texto nos tiverem ajudado um pouco a pensar sobre os temas, as suas dependências, a olharmos de uma forma construtiva as possibilidades que se nos deparam dia a dia, a transformar problemas em soluções, então gerámos conhecimento e melhorámos a nossa aptidão para uma Sociedade de Informação, baseada no conhecimento e na capacidade de o transformarmos através da Inovação. Inovação e Sociedade de Informação têm tudo a ver com Conhecimento. É hoje em dia possível preservar o conhecimento existente no mundo; através das novas tecnologias, quer de acesso, quer de armazenamento e ou indexação é, cada vez mais fácil, guardar informação para ser consultada, por quem dela necessitar, numa forma ágil e universal.

A Inovação é uma preocupação actual, mas que está enraizada na nossa cultura há muitos anos. O poder criativo existe na nossa cultura... Há que potenciar essa capacidade em cada um de nós.

Deleted: Nota Profissional¶
João Picoito ocupa actualmente o cargo de **Administrador Delegado** da Siemens Networks, S.A. ¶

Deleted: Leonor Almeida é actualmente Directora Geral da Divisão Research & Development 2 da Siemens Networks, S.A. ¶

¶
Nota Curricular¶
João Picoito nasceu em 31.05.1964. É licenciado em Engenharia Electrotécnica e de Computadores pelo IST.
Administrador Delegado da Siemens Networks, S.A.
Nomeado, em 2004,
Personalidade do Ano, em Portugal, na área do Desenvolvimento da Sociedade de Informação. Condecorado, em 2006, com o grau de **Comendador da Ordem de Mérito Agrícola, Comercial e Industrial. Doutor Honoris Causa e Professor Catedrático Convidado** do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro, leccionando na área dos sistemas de gestão de inovação. **Coordenador da Iniciativa da COTEC** sobre "Desenvolvimento Sustentado da Inovação Empresarial". ¶