

Inovação na sociedade do conhecimento

O futuro já chegou, só não foi bem distribuído.

(William Gibson)

À medida que nossa civilização navega em águas cada vez mais turbulentas, sem saber qual o futuro da sociedade e sem ter ideia de como prever algo, adquirimos toneladas de informações e conhecimentos fragmentados. O maior paradoxo é que não conseguimos integrar todo esse conhecimento para dirigir nossas vidas pessoais e de nossas empresas. Estamos na ponta do iceberg do modelo de sociedade em que alguns de nós viveremos, saindo de uma *sociedade industrial* para uma *sociedade digital global*. Olhamos para um lado e presenciamos a aceleração da produção em massa de todos os tipos de produtos, do agribusiness à alta tecnologia. Mas, no Brasil e em alguns outros países, ainda presenciamos uma distribuição de renda desequilibrada, onde a pirâmide de Maslow dos anos 50 pós-guerra ainda se aplica. Ou seja, vivemos em mundos conflitantes onde, para alguns, a inovação significa a obtenção de segurança e de necessidades básicas; para outros, a capacidade de realizar projetos e sonhos próprios.

Bom exemplo é o consumo alimentício num mundo dividido em pelo menos três tipos de nações. Há aquelas em que as pessoas gastam muito dinheiro consumindo tudo que o mercado lança. Portanto, sobra comida, e os consumidores acima do peso gastam seus investimentos para reduzir a obesidade. Do outro lado, estão as nações em que as pessoas comem para viver. E, por fim, há a grande parcela dos que não sabem de onde virá a próxima refeição. A gestão da inovação através da economia do conhecimento será o agente transformador nas organizações presentes nos países mais pobres. Grandes alterações nos sistemas produtivos, nos espaços sociais e econômicos vão interferir no desenvolvimento dessas nações. A inovação através da intensa produção de saberes e conhecimento está atrelada a uma grande mudança, cada vez mais complexa, que gerará valor para os países.

O processo colaborativo e coletivo deve se estreitar e adensar. As organizações não conseguem mais reter talentos, tampouco produzir soluções para todas as áreas; assim, buscarão cada vez mais a convergência entre a produção de conhecimento acadêmico/científico e a necessidade de resolução de seus problemas. As formas de disseminar conhecimento serão também mais velozes justamente pelo acesso das pessoas às novas tecnologias. ■



Martha Terenzo

Consultora de empresas para Inovação e Marketing e sócia-diretora da Inova 360°
martha.terenzo@uol.com.br
 twitter: @marthaterenzo9