



POR QUE PESQUISAR SOBRE A INOVAÇÃO É UM DESAFIO?

Comentário editorial

 **Angélica Pigola**

Discente pela Universidade Nove de Julho - Curso de Mestrado em Administração

 **Priscila Rezende da Costa**

Editora Chefe

 **Isabel Cristina Scafuto**

Co-editora

 **Marcos Rogerio Mazzieri**

Editor Científico

Cite as – American Psychological Association (APA)

Pigola, A., Costa, P. R., Mazzieri, M. R., & Scafuto, I. C. (2021, May/Aug.). Por que pesquisar sobre a inovação é um desafio? *International Journal of Innovation - IJI*, São Paulo, 9(2), 215-218.
<https://doi.org/10.5585/iji.v9i2.20549>.

Inovação! Onde está o seu lugar? Dentre as várias mudanças ao redor do mundo por causa da pandemia da COVID-19, onde estaria o verdadeiro lugar da inovação? Olhando anos atrás, vimos majoritariamente uma perspectiva tecnológica sobre inovação para atender as demandas do mercado empresarial. Hoje, temos a certeza de que a inovação assume e ocupa novos lugares, social e economicamente, o que exige dos pesquisadores competências e habilidades adicionais para acompanhar o dinamismo deste campo científico.

Pesquisar sobre inovação torna-se um desafio porque exige um esforço profundo para impulsionar o conhecimento sobre sua taxonomia, natureza, definições, mecanismos e fundamentos teóricos. Todos os pesquisadores devem provocar em seus estudos um aprimoramento dessas perspectivas básicas sobre a inovação, em termos de mantê-las vivas ou promover mudanças radicais para elevar a evolução da teoria da inovação. Portanto, percorremos essas dimensões no editorial para incentivar os pesquisadores a não se esquecerem de contribuir com alguns desses campos da pesquisa sobre inovação.

A taxonomia da inovação é apresentada de várias maneiras na literatura. Oito tipos diferentes são encontrados, incluindo replicação, redefinição, incrementação progressiva, incrementação progressiva avançada, redirecionamento, reconstrução, reinicialização e integração (Agarwal & Verma, 2019). Esta informação é relevante para nos mostrar como a inovação oferece uma série de possibilidades para a pesquisa científica além das perspectivas tecnológicas como as vemos atualmente.

Como definição, a inovação seria vista como um processo de atividades inter-relacionadas para introduzir e aplicar novas ideias, processos, procedimentos ou dispositivos e sistemas projetados para beneficiar significativamente o indivíduo, o grupo, a organização ou a sociedade em geral (Cabrilo & Grubic-Nesic, 2013; Rogers, 1995). A inovação pode se referir a um processo no qual uma organização deve desenvolver ativamente novos conhecimentos para resolver os problemas identificados (Nonaka, 2005) e se destaca em depender muito do conhecimento (Gavrilova et al., 2018). Traz uma perspectiva de que inovação exige mais do que existência de tecnologia, exige pessoas engajadas, estrutura disponível e um alto nível de boa vontade, cooperação e conhecimento aplicado.

Os mecanismos descritos na literatura adotam uma análise multidimensional, porém, para sintetizar adotamos March (1991) que traz duas formas de mecanismos exploratórios da inovação; em inglês os termos “*exploitative*” e “*explorative*”, que significam que a inovação pode ser realizada por meio da exploração de conhecimentos e processos existentes ou da exploração de novos conhecimentos e processos (March, 1991). Ou seja, inovar exige trabalhar com recursos existentes e buscar novos quando necessário.

A inovação também é considerada crucial na resolução de problemas de inclusão social e econômica e na melhoria dos resultados de saúde e ambientais (Porter & Kramer, 2011; Tracey & Stott, 2017), e nesse sentido destacamos a natureza principal da inovação para ajudar as pessoas e empresas a prosperar no mundo.

Na base teórica, o conceito de inovação original de Schumpeter é de fato amplo o suficiente e abrange diferentes setores, como serviços e manufatura (Drejer, 2004). A maioria dos estudos sobre inovação enfoca a inovação tecnológica dentro da manufatura, refletindo que a teoria da inovação tem suas raízes em uma época em que este setor ainda era a principal atividade econômica. Uma abordagem síntese da inovação em serviços surge em sequência trazendo aspectos adicionais da inovação (Coombs & Miles, 2000), e mais recentemente a inovação social vem assumindo uma abordagem em direção aos aspectos da sustentabilidade social e econômica conjunta (Mulgan et al., 2007).

Desenvolver a inovação no campo científico com certeza requer talentos específicos. A taxonomia amplia as possibilidades de inovação, as definições oferecem probabilidade de fomentar novas perspectivas, a natureza lembra que inovação é mais do que tecnologia, os mecanismos informam os requisitos para inovar e a base teórica existe para organizar a história da inovação. Por isso, saber sobre essas perspectivas pode esclarecer como é importante ter uma mente aberta e criativa quando estamos ampliando a história da inovação, pela escrita ou pela criação de produtos e/ou serviços.

Mergulhar neste desafio de pesquisar sobre inovação traz na sua essência uma visão relevante do alinhamento entre a ciência e a realidade unindo forças para avanços efetivos da inovação. Ir além das fontes de pesquisas atuais, fugir da sabujice acadêmica e mergulhar em profundidade no conhecimento em busca de seu avanço real. Então, exige resiliência, disciplina, parcerias e foco contínuo.

Referências

- Agarwal, N., & Verma, M. (2019). A Study on Taxonomy of Innovations. *Globus An International Journal of Management & IT*, 11(1), 57–64.
- Cabrilo, S., & Grubic-Nesic, L. (2013). The role of creativity, innovation, and invention in knowledge management. In *Knowledge management innovations for interdisciplinary education: Organizational applications*. (p. 207–232). IGI Global.
- Coombs, R., & Miles, I. (2000). Innovation, Measurement and Services: The New Problematique. In J. S. Metcalfe & I. Miles (Orgs.), *Innovation Systems in the Service Economy* (Vol. 18, p. 85–103). Springer US. https://doi.org/10.1007/978-1-4615-4425-8_5
- Drejer, I. (2004). Identifying innovation in surveys of services: A Schumpeterian perspective. *Research Policy*, 33(3), 551–562. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2003.07.004>
- Gavrilova, T., Alsufyev, A., & Pleshkova, A. (2018). Formalizing company KM portrait: Pilot study with evidence from Russia. *Measuring Business Excellence*, 22(3), 315–332. <https://doi.org/10.1108/MBE-09-2017-0067>
- March, J. G. (1991). Exploration and Exploitation in Organizational Learning. *Organization Science*, 2(1), 71–87. <https://doi.org/10.1287/orsc.2.1.71>
- Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R., Sanders, B., University of Oxford, & Skoll Centre for Social Entrepreneurship. (2007). *Social innovation: What it is, why it matters and how it can be accelerated*. Young Foundation.
- Nonaka, I. (org.). (2005). *Knowledge management: Critical perspectives on business and management*. Routledge.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Criação de valor compartilhado. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.

Rogers, E. M. (1995). Lessons for Guidelines from the Diffusion of Innovations. *The Joint Commission Journal on Quality Improvement*, 21(7), 324–328.
[https://doi.org/10.1016/S1070-3241\(16\)30155-9](https://doi.org/10.1016/S1070-3241(16)30155-9)

Tracey, P., & Stott, N. (2017). Social innovation: A window on alternative ways of organizing and innovating. *Innovation*, 19(1), 51–60.
<https://doi.org/10.1080/14479338.2016.1268924>