editorial

No hi ha alternativa, s'ha d'innovar.

Josep-Maria Monguet Fierro

jm.munguet@gmail.com*

OPEN ACCESS

Cita: Monguet Fierro, JM (2022) No hi ha alternativa, s'ha d'innovar. XPA & Health Com. 5

Editor: Joan Escarrabill, Hospital Clínic, Barcelona, España.

Rebut: 20 de Juliol de 2022

Acceptat: 15 de Novembre de 2022

Publicat: 1 de desembre de 2022

Copyright: © 2022 Monguet Fierro JM. Aquest és un article *open access* distribuït sota els paràmetres de Creative Commons Attribution License, sense restriccions en qualsevol mitjà, sempre que s'acrediti l'autor i la font originals.

Finançament: Els autors han declarat que no ha rebut finançament.

Interessos: Els autors afirmen que que no exsisteixen interessos.

Què impulsa la innovació? Aquesta és la pregunta que vull respondre, i vull ferho enfocant-me en el canvi de mentalitat que la innovació necessita. La innovació, dit en poques paraules, és fer quelcom nou, útil i desitjable, però compte, perquè quan és parla més que no es fa, hi ha risc de provocar fatiga, de forma que la simple referència a la innovació pot generar avorriment.

L'any 1997 Kasparov va perdre contra *Deep Blue*, un primitiu ordinador que aplicava Intel·ligència Artificial als escacs. En els 25 anys transcorreguts fins al 2022, potser no som prou conscients de com s'ha disparat la innovació. D'aquí a 25 anys serem al 2047, quan segurament es conviurà amb sistemes d'Intel·ligència Artificial General. La típica situació que es presenta és la d'estar treballant amb algú sense saber si és una màquina o un humà, que tot i ser una imatge que ja impressiona poc, no hi ha dubte que permet imaginar un futur amb grans canvis en la forma de viure.

El factor multiplicador si es comparen els paràmetres de Deep Blue amb els de Watson, supercomputador comercial actual, és de l'ordre de magnitud de milers. Això equival a dir que si avui Watson revisa un milió de llibres per segon, el Watson que hi hagi d'aquí a 25 anys llegirà en temps real tots els llibres del món en poques centèsimes de segon. És cert que la tecnologia és el motor de la innovació, però no ens enganyem, cal estudiar-la en clau de "futur" per descobrir les bones oportunitats. D'altra banda la innovació és una activitat "col·lectiva" i el seu objectiu, a la fi, és dissenyar experiències de "valor".

Seguint el fil del 25 aniversari de *Deep Blue*, introdueixo aquests tres elements clau per impulsar la innovació:

- **Construir intel·ligència col·lectiva**. Parlar de la competició home-màquina és enganyós, la lluita dels escacs del 97 va ser: entre el millor humà jugant escacs, en Kasparov, i la intel·ligència col.lectiva de l'equip, que IBM va configurar per a crear *Deep Blue*. La innovació és un esport que es juga entre

equips, que han d'integrar totes les parts interessades per fer una anàlisi clara i compartida de la realitat.

- **Estudiar el futur per imaginar-lo.** Fites, com *Deep Blue* vs. Kasparov, són interessants perquè fan de referència, però la generació exponencial d'oportunitats, esta connectada a la feina del dia a dia del treball dels professionals. Les oportunitats d'innovació que van sorgint contínuament, són més tangibles que no pas quan es produirà la singularitat del primer sistema, capaç de produir coneixement de forma autònoma.
- **Dissenyar experiències de valor**. Dels escacs electrònics s'ha evolucionat cap a tota mena de jocs en temps real, i de la mateixa forma seguiran emergint paradigmes nous del treball, de l'educació i del benestar, i es podria fins i tot esperar certa disrupció en el sentit de la vida, però en qualsevol cas les innovacions es guanyaran un lloc si esdevenen experiències de valor per les persones i per la societat.

Tres paraules clau: col.lectiva, futur i valor: perquè considero que són els impulsors de la innovació?

Sobre construir intel·ligència col·lectiva

Un dels dèficits més greus que arrosseguem com a conseqüència d'una educació mal dissenyada, és el poc treball en equip que s'ha fet a l'escola i a la universitat. El nostre desenvolupament personal acaba depenent tant o més de les diverses comunitats de les que formem part, família i empresa especialment, que de les nostres pròpies capacitats. Res fa pensar que el sistema educatiu estigui massa preocupat pel fenomen de l'acceleració del coneixement. El paradigma de l'escola, i de la universitat, és encara el de formar persones per a resoldre problemes predefinits, seguint instruccions precises i treballant sols. Aquest ja no és però en absolut, el model d'un treballador del coneixement que ha de formar part d'equips interdisciplinaris dedicats a:

- Identificar i analitzar a fons els problemes per després valorar possibles innovacions.
- Co-liderar, coordinant múltiples àrees professionals, l'aplicació pràctica de coneixement.
- Experimentar fins a trobar les solucions òptimes als reptes plantejats.

En els projectes d'innovació, a banda de compartir coneixement de forma ràpida i eficient, els equips necessiten activar la creativitat col·lectiva, connectant idees, dades i conceptes de forma permanent. La primera feina del talent col·lectiu és la de valorar, i fins on sigui possible aproximar, la visió del present que tenen les parts interessades en la innovació.

Sobre estudiar el futur per identificar-hi les oportunitats d'innovació

A banda de no haver entrenat les dinàmiques col·lectives, l'educació tampoc s'ha preocupat de la nostra visió de futur. Quan en una conferència pregunto si algú ha rebut alguna mena de formació sobre intel·ligència de futur, la resposta sempre és: ningú. Però tothom coincideix que saber anticipar el futur és una habilitat clau del lideratge estratègic i també ho és per practicar la innovació. La innovació viu al futur, per definició, i per tant sense capacitat d'estudiar

el futur es fa difícil identificar les bones oportunitats. Tot i que, l'anomenada intel·ligència de futur, no és una ciència empírica, es disposa d'alguns mètodes de treball que, aplicats amb el màxim rigor intel·lectual, donen cert joc. És possible identificar escenaris raonables a mig termini i precisar quines innovacions ens permetran arribar-hi.

Es diu que la salut potser serà pel segle XXI el que el ferrocarril va ser pel XIX, i per poc que sigui cert, la quantitat de possibilitats que s'obren és tremenda. S'ha demostrat que les empreses preparades per al futur són més rendibles i innoven més, amb independència del sector d'activitat al què pertanyin; les organitzacions necessiten per tant persones amb capacitat per visualitzar el futur, si volen participar en la seva construcció. Innovar doncs en primera instància és la voluntat de treballar per un futur possible-desitjable prèviament definit.

L'aplicació d'intel·ligència de futur, abans exclusiva de *thinktanks* governamentals o de grans multinacionals, és avui a l'abast d'empreses i organitzacions mitjanes, que poden fer estudis de futurs ajustats a les seves necessitats, fins i tot petits equips de professionals poden arribar a practicar la intel·ligència de futur.

Sobre dissenyar experiències de valor

Massa sovint es confon la innovació amb la tecnologia o amb el disseny, que no són altra cosa que recursos i mètode. El focus de la innovació s'ha de posar en augmentar el valor i la qualitat dels serveis i els productes oferts als usuaris i a la societat, i per garantir la sostenibilitat del cicle de la innovació cal considerar el conjunt dels beneficis que comporta:

- Promoure la implicació dels usuaris fent-los partícips dels reptes, de l'esforç i dels resultats de la innovació.
- Crear al·licients i oportunitats pel desenvolupament personal dels professionals. La motivació dels professionals és el motor del cicle de la innovació, i a banda augmenta el sentit de pertinència i la implicació en el progrés de l'organització.
- Assumir que el camí per convertir coneixement en valor passa per la generació de negoci, i actuar en conseqüència.

Les fronteres de les activitats socials i econòmiques es tornen borroses, i el que al final acabarà comptant és la capacitat per proveir valor. Els gegants digitals i altres jugadors han entrat en la prestació de serveis associats a la salut, disposats a demostrar que poden fer-ho bé. Disposen de molts recursos i de la tecnologia però el que realment els posiciona és el seu domini dels impulsors futur-col·lectiva-valor.

Quina és la conclusió?

El cost de les oportunitats perdudes és ocult, però perdre permanentment les oportunitats ja no és sostenible. Totes les organitzacions han d'adoptar una estratègia d'innovació basada en anticipar el futur en un context d'intel·ligència col·lectiva i apuntant al valor; és així com sabran en quins projectes han de posar els seus esforços i podran mesurar el seu èxit.