

Recente comentário de um conhecido colunista de um veículo de comunicação acerca das atitudes esperadas de profissionais quando iniciam carreira de liderança, traz à reflexão a questão da cultura de gestão vigente no país. Uma de suas recomendações era que o profissional, como líder iniciante, não deveria permitir que as pessoas por ele lideradas tivessem muitas ideias que originassem debates entre elas. Essa frase me surpreendeu, pois pareceu-me necessitar de contextualização para adquirir significado. É certo que, em certas áreas de uma empresa, a obediência às regras e aos bem definidos processos é crucial para o correto funcionamento de determinada atividade. Entretanto, no contexto tecnológico, a situação pode ser inversa. Aliás, em um país que adota a retórica de apostar na inovação, provavelmente será. Prega-se que a sobrevivência das empresas depende de sua capacidade de inovar, mas aparentemente as atitudes de suas lideranças não refletem esse pensamento. Fala-se em investir em P&D e inovação, mas muito pouco se sabe sobre como empreender tais atividades e alcançar os resultados que podem trazer diferencial competitivo sustentado, uma vez que os procedimentos utilizados são normalmente baseados nos princípios da gestão industrial.

Mas o problema não está restrito à cultura de gestão industrial. Trata-se também da formação que se recebe desde as fases iniciais do processo educacional. Não me lembro, por exemplo, de ter recebido durante meu período escolar incentivo para aperfeiçoar minha competência na criatividade, no empreendedorismo e na busca pela postura de inovador, ao invés de seguidor de tendências e daquilo que já está estabelecido. Nas escolas, somos guiados a memorizar, a responder a alguns padrões de pergunta, ao invés de exercitar a elaboração das próprias perguntas e a formulação de questões que possam oportunizar a evolução, o vislumbrar de um novo patamar de desenvolvimento.

Resta-nos perguntar: O que fazer para mudar essa cultura? Como alcançar uma nova postura que revolucione nossa maneira de encarar os desafios, oportunizando o desenvolvimento efetivo da sociedade?

O papel da ciência e tecnologia nesse processo é evidente. A revista Espaço Energia se propõe a ser um veículo científico que objetiva o desenvolvimento do setor energético brasileiro, tarefa que tem sido desempenhada com o sucesso esperado, dada a qualidade dos artigos nela publicados. Mas, além disso, ela se propõe a ser um veículo para oportunizar a descontinuidade, visando à quebra da postura de “seguidor” imperante no contexto de desenvolvimento do país. Para tanto, conclamamos os cientistas a trazer suas contribuições que estejam alinhadas também a essa linha de pensamento.

Esta edição está bem segmentada, tendo seus primeiros artigos teor técnico e os últimos foco em questões estratégicas e gerenciais. O primeiro artigo apresenta o desenvolvimento de um ambiente virtual para treinamento de manutenção de redes de distribuição em linha viva. O ambiente faz uso de tecnologia de ponta em realidade virtual e explora os mais recentes paradigmas de interação e tecnologia de interfaces, além de considerar o modelo de treinamento adotado no setor. O artigo mostra que a tecnologia de realidade virtual tem grande potencial futuro em aplicações de treinamento e simulação no setor elétrico. O segundo artigo, por ocasião da identificação de necessidade de reparos na barragem da usina hidrelétrica Mourão, relata um estudo sobre o uso de concreto com adição de alguns tipos de material reciclado, contemplando ensaios de resistência à abrasão, comprovando a perspectiva de uso de material polimérico reciclado adicionado ao concreto no contexto de reparos em superfícies hidráulicas. O terceiro artigo apresenta o resultado de estudos relacionados a propriedades elétricas de materiais para uso como eletrólito sólido em células a combustível de óxido de sólido. O artigo subsequente foca o setor terciário, trazendo uma análise técnico-econômica da cogeração com termoacumulação baseada no uso de motores de combustão interna a gás natural. O último artigo desta edição discute a adoção de inovações em produtos e serviços por parte do consumidor, refletindo sobre aspectos mercadológicos de fontes alternativas de energia e práticas de marketing que podem impactar na sensibilização do consumidor no tocante às inovações.

Esperamos que os artigos publicados nesta edição da revista Espaço Energia tragam significativas contribuições para o setor energético brasileiro. Em especial, esperamos que este veículo possa fomentar inovações tanto incrementais quanto radicais e seja um catalisador para a quebra dos paradigmas que precisam ser quebrados no contexto tecnológico, metodológico, gerencial e até mesmo mercadológico.

Klaus de Geus
Editor