

INTRODUÇÃO

Sendo um processo capaz de ser observado através de diversos prismas, a inovação insere-se na pauta de estudos da sociologia econômica ao surgir dentro do contexto do sistema capitalista informacional global, a partir da estrutura da sociedade em rede, conforme Castells (2013). Com o novo paradigma produtivo, proveniente da atual sociedade do conhecimento (Cassiolato, 2003), ou também, sociedade da informação (Polizelli; Ozaki, 2007), leva à observação de que os fatores produtivos clássicos perdem importância, e em contrapartida, o conhecimento torna-se o principal fator de produção. É possível lidar com inovações a partir de uma definição abrangente, incluindo produtos, processos ou arranjos organizacionais, tecnologicamente novos ou substancialmente aprimorados, ou seja, desde atividades como cópia, imitação, adaptação, até atividades mais complexas envolvendo pesquisa, como relaciona Figueiredo (2006). Há uma abordagem crescente na academia, sobre o caráter interativo da inovação. A problemática na qual se insere meu trabalho versa sobre os tipos de redes de colaboração que os empreendedores intensivos em conhecimento mobilizam, procurando identificar sob quais condições e fatores, sejam eles atrativos ou repulsivos, os mesmos decidiram empreender.

OBJETIVOS

Com o objetivo geral de analisar os empreendimentos intensivos em conhecimento e as redes de colaboração mobilizados pelos agentes empreendedores, este trabalho visará atingir, de forma específica os seguintes objetivos:

- Caracterizar os fenômenos socioeconômicos das empresas de base tecnológica;
- Identificar as diferentes formas de inovação atreladas ao objeto de estudo;
- Compreender quais tipos de redes de colaboração estão empregadas nas relações dos atores estudados.

METODOLOGIA

Através de entrevistas semiestruturadas com dois casos de controles, que estão localizados na Região Metropolitana de Porto Alegre, será realizada uma imersão ao contexto das iniciativas inovadoras. Os itens a serem perpassados, na já referida entrevista exploratória, visarão colocar sob a luz variáveis de análise, tais como: Trajetória e aspirações profissionais; Exposição informações; e Redes de colaboração. Acredita-se poder expor condições favoráveis aos fenômenos socioeconômicos imbuídos nas redes de colaboração com os discursos dos agentes a despeito das condições e fatores propícios e/ou não à inovação.

HIPÓTESES

Considera-se que empreendimentos intensivos em conhecimento estão fortemente apoiados em redes de colaboração, os quais propiciam fluxos de informações e relações de confiança entre agentes econômicos após reiteradas interações.

RESULTADOS PARCIAIS

As entrevistas relevam inicialmente uma tendência dos empreendedores de buscarem originar uma *network*, em especial, criada a partir de eventos relacionados à inovação, visando novas parcerias e know-how para seus projetos. Acredita-se que tal comportamento está vinculado a noção de contribuição que a interação, entre diferentes agentes, possui na inovação. A pesquisa, que ainda em andamento, poderá trazer novas revelações a respeito do objeto em estudo.

BIBLIOGRAFIA

BARCELOS, Régis L. G.; MOCELIN, Daniel G.. Ciência e mercado : impasses na institucionalização de práticas empreendedoras em uma universidade pública brasileira RBCS: São Paulo, SP. V.31, n.92 (out.16), p. 1-26.

CASTELLS, Manuel. A era da informação: economia, sociedade e cultura. Vol. 1 – A sociedade em rede. Tradução: Roneide Venancio Majer com colaboração de Klauss Brandini Gerhardt. 4ª edição. São Paulo: Paz e Terra, 2000. [Texto original de 1996].

FIGUEIREDO, P. N. (2006) "Capacidade tecnológica e Inovação em organizações de serviços intensivos em conhecimento: Evidências de institutos de pesquisa em tecnologias da informação e da comunicação (TICs) no Brasil". Revista Brasileira de Inovação, Vol. 5, n. 2.

GUIMARÃES, Sonia M. K. Empreendedorismo intensivo em conhecimento no Brasil. IN: Cad. CRH. Vol. 24, n.63, pp. 575-592, 2011ª.

LEMOS Cristina, Inovação na era do conhecimento. Revista Parcerias Estratégicas, no 8, maio, Brasília, MCT. 2000

MARTINELLI, Alberto. O contexto do empreendedorismo. IN: MARTES, Ana Cristina Braga (Org.). Redes e Sociologia Econômica. São Carlos-SP: Edufscar, 2009. (p. 207-237)