

INOVAÇÃO TECNOLÓGICA E SOCIAL - CONVERGÊNCIA E FRONTEIRAS

Luciano Antonio Costa¹, Ranieri Roberth Silva de Aguiar², Carla Zandavalli³, João Artur de Souza⁴, João Bosco Da Mota Alves⁵

Resumo. Este artigo apresenta uma análise sobre a convergência e as fronteiras entre a inovação tecnológica e a inovação social. Buscou-se a partir da revisão de literatura estabelecer suas relações e limites através da construção de um diálogo entre as propostas de diferentes autores, contribuindo assim para uma melhor compreensão das inovações em relação a suas motivações, processos e resultados. Ao término verificou-se que, embora haja entre elas características que as distinguem, ambas geram aumento da riqueza e contribuem para a modificação nas estruturas econômicas.

Palavras-Chave: Inovação tecnológica; inovação de mercado; inovação social.

TECHNOLOGICAL AND SOCIAL INNOVATION - CONVERGENCE AND FRONTIERS

Abstract. This paper presents an analysis of the convergence and the frontiers between technological innovation and social innovation. It was sought from the literature review to establish their relationships and limits through the construction of a dialogue between the proposals of different authors, contributing to a better understanding of the innovations in relation to their motivations, processes and results. At the end it was identified that, although there are characteristics that distinguish between them, both generate increase of the wealth and contribute to the modification in the economic structures.

Keywords: Technological innovation; Market innovation; Social innovation.

¹ Mestre em Engenharia e Gestão do Conhecimento – Universidade Federal de Santa Catarina (EGC/UFSC) – Florianópolis – SC – Brasil. Email: luciano.antonio.costa@acm.org

² Mestre em Educação Comunitária com Infância e Juventude – Universidade Federal de Santa Catarina (EGC/UFSC) – Florianópolis – SC – Brasil. Email: ranieriaguiar@gmail.com

³ Mestre em Engenharia de Produção – Instituto Federal Catarinense (IFC – Reitoria) – Blumenau – SC – Brasil. Email: setteca@gmail.com

⁴ Doutor em Engenharia de Produção – Universidade Federal de Santa Catarina (EGC/UFSC) – Florianópolis – SC – Brasil. Email: jartur@gmail.com

⁵ Doutor em Engenharia Elétrica – Universidade Federal de Santa Catarina (EGC/UFSC) – Florianópolis – SC – Brasil. Email: joao.bosco.mota.alves@ufsc.br

1 INTRODUÇÃO

O conceito de inovação Schumpeter (1976) apresenta uma base teórica que se sustenta até hoje relacionando o desenvolvimento econômico em virtude de novas tecnologias que se sobrepõe as anteriores em um processo dinâmico. Para Schumpeter, segundo Cavalli (2007), há cinco tipos de elementos principais para inovação, sendo eles: 1) introdução de um novo bem, isto é, aquele com o qual os consumidores ainda não estão familiarizados, ou de uma nova qualidade de um bem; 2) introdução de um novo método de produção, que não precisa ser fundamentada em uma nova descoberta científica e também pode existir em uma nova maneira de lidar comercialmente com uma mercadoria; 3) abertura de um novo mercado; ou seja, um mercado no qual o ramo de manufatura do país em questão não tenha previamente introduzido ou não tenha existido antes; 4) conquista de uma nova fonte de fornecimento de matérias-primas ou produtos semimanufaturados, mais uma vez, independentemente do fato de esta fonte já existir ou ter sido primeiro criada; 5) realização da nova organização de qualquer indústria, tais como a criação de uma posição de monopólio (por exemplo, através *trustification*) ou a quebra de uma posição de monopólio.

Essas inovações resultam na “destruição criativa”, que é a substituição constante dos atuais processos, produtos e modelos de negócio decorrente das ações de indivíduos com capacidade empreendedora (Schumpeter, 1976). Para alguns autores, foi Schumpeter o primeiro a destacar o aspecto social como uma forma de garantir a eficácia econômica das inovações tecnológicas (Cavalli, 2007; Moulaert, Martinelli, Swyngedouw, & González, 2005). Contudo, na sua ênfase em ressaltar os aspectos puramente tecnológicos da inovação ou seus impactos econômicos, ele obscureceu, sem pretender, os aspectos sociais e institucionais do fenômeno, gerando uma visão da inovação excessivamente orientada ao tecno economicismo. Porém, pouco a pouco começam a se fazer cada vez mais evidentes os aspectos socioculturais e organizacionais do fenômeno inovador, anteriormente pouco contemplados.

Enquanto o foco do trabalho de Schumpeter é a macroeconomia, a de Druker são os micros aspectos e a explicação das diferenças, destacando a importância crucial dos aspectos sociais (competência, liderança, comunicação). Por isso, para Cavalli (2007), é interessante compararmos os elementos de Schumpeter com os apresentados 50 anos mais tarde por Peter Drucker (1993) para o processo de inovação, os quais são: procurar uma oportunidade (e possivelmente encontrar uma exigência não satisfeita); analisar (para analisar os custos, para desenvolver um plano de negócios); ouvir (para ouvir os usuários potenciais e entender suas necessidades); focar (para definir exatamente a ideia); liderar (para mobilizar as pessoas e para criar um mercado para a ideia).

Neste artigo, buscaremos apresentar a convergência e fronteiras entre as definições atuais da inovação, considerada aqui como inovação tecnológica, em relação a inovação social.

2 INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

O Manual de Oslo (OECD, 2005, pp. 17, 23) trata da inovação de forma abrangente e multidimensional, pois considera como inovação não somente a implementação de um novo produto ou um processo, mas também “tipos de mudança em seus métodos de trabalho, seu uso de fatores de produção e os tipos de resultados que aumentam sua produtividade e/ou seu desempenho comercial”. Esta característica multidimensional, indicada também por Ahmed (1998), impõe, portanto, dificuldades na adoção de uma definição única e definitiva para ela (Adolf, Mast, & Stehr, 2013).

Entre as definições encontradas na literatura estão a de Mørk, Hoholm, Ellingsen, Edwin, e Aanestad (2010, p. 590) que entendem por inovação tudo o que gera e facilita mudanças na prática e Assink (2006) que define inovação como o diferencial que agrega valor àquilo que é ordinário.

Sob o ponto de vista conceitual, há duas abordagens usualmente encontradas na literatura: a inovação como resultado e a inovação como processo. A primeira, entende ela como resultado da criação de novos produtos, serviços, conhecimentos e novas formas de organizar processos produtivos (Benner, 2003), onde a inovação como resultado responderia às perguntas: “o que?”, “que tipo?” (Crossan & Apaydin, 2010, p. 14). Já a segunda abordagem é compreender a inovação como um processo que envolve as atividades de exploração, descoberta, compartilhamento, criação de conhecimento para gerar resultados novos (Koch, 2012), e para responder à pergunta “como?” (Crossan & Apaydin, 2010, p. 13).

Baregheh, Rowley, e Sambrook (2009) constataram que a definição de “inovação” apresenta particularidades em áreas de negócios e gestão, economia, estudos organizacionais, inovação e empreendedorismo, tecnologia, ciências e engenharias, gestão do conhecimento e marketing. Assim, os autores propuseram uma definição multidisciplinar:

Inovação é um processo de várias etapas, por meio das quais organizações transformam ideias em novos [ou melhorados] produtos, serviços ou processos, com o objetivo de avançar, competir e se diferenciar no mercado de atuação. (Baregheh et al., 2009, p. 1334).

A definição acima apresenta uma perspectiva gerencial, a qual trata a inovação como um processo intencional, contínuo e gerenciável, e não uma ação discreta no tempo (Baregheh

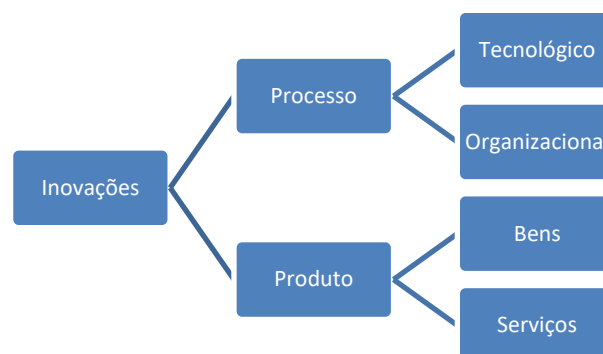
et al., 2009), em que a inovação pode ser resultado de fruto do acaso. Essa definição parece ser mais adequada para se atender às exigências atuais de sustentabilidade e competitividade no mercado. Em tal contexto o sucesso depende do comprometimento da organização com a inovação continuada, como um processo nela incorporado (Tekic, Cosic, & Katalinic, 2013), que quando bem gerenciado, tende a ser bem-sucedido (Koch, 2012).

A inovação enquanto resultado está presente na definição de Rogers e Shoemaker (1972) citado por Trott (2012, p. 15): “[...] Se a ideia parece nova e diferente para o indivíduo, ela é uma inovação”, uma definição amparada na subjetividade da percepção individual. (Block, Thurik, & Zhou, 2013, p. 698) mencionam que existe a situação em que algo é “novo para a empresa” e outra em que é “novo para o mercado”, e esta última é entendida, segundo esses autores, como “inovação verdadeira”.

Brentani (2001) defende que o “novo”, para o caso de produto, é um atributo que pode ser percebido em gradações diversas em um espectro contínuo, indo de algo totalmente novo, que surge de forma descontínua, até a simples evolução ou melhorias de algo existente, de natureza incremental. Essa visão apresenta duas definições usualmente emergentes no campo da gestão da inovação: a inovação incremental e a inovação radical. Entende-se esta última como sendo aquela que quebra os paradigmas vigentes, mudando-se as regras do jogo (Assink, 2006, Bessant & Tidd, 2009). Estudos mostram que a busca pela inovação radical oferece maiores desafios com relação à aceitação de riscos pela organização; porém, em caso de sucesso, o retorno é significativamente maior (Brentani, 2001).

Em seu trabalho sobre sistemas de inovação e políticas de inovação, Edquist (2001) apresenta uma taxonomia na qual classifica as inovações em processos e produtos (Figura 1). Para ele: “As inovações são novas criações de importância econômica normalmente realizadas por empresas (ou, às vezes, por indivíduos). Elas podem ser novas, mas são mais frequentemente novas combinações de elementos existentes.

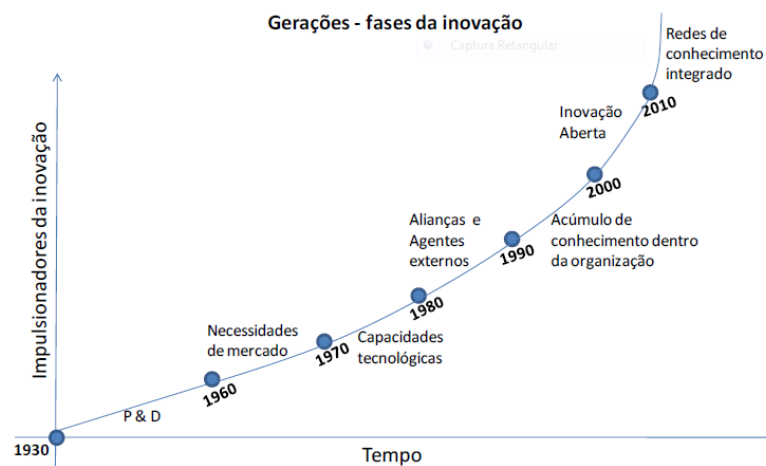
Figura 1- Taxonomia das Inovações



Fonte: Traduzido pelos autores com base em Edquist (2001, p. 7).

A inovação tem apresentado gerações com características bem específicas, para autores como Preez e Louw (2008), a sexta geração trata da inovação aberta ou também conhecida como inovação em redes. Essa geração possui tanto foco em ideias e caminhos internos, quanto externos e que, combinados, possibilitam o desenvolvimento de novas tecnologias. Assim, a característica dorsal dessa geração é considerar fatores externos como motores do processo de inovação. A Figura 2 enumera as sete gerações de inovação encontrados na literatura que se desenvolvem num processo histórico, partindo da pesquisa e desenvolvimento, passando pelas necessidades de mercado, capacidade tecnológica, inovação aberta e por último, redes de conhecimento integrado, também impulsionadas por ciência e tecnologia (Brümmer, & Du Preez, 2006).

Figura 2- Fases da Inovação



Fonte: Juliani (2015).

Autores como Christensen, Olesen, e Kjær (1997), Cooper (1998) e Hamel (2006) compreendem inovação como um processo capaz de modificar substancialmente a economia no que tange a competitividade entre os mais variados setores do mercado. Já Trott (2012) entende que a inovação inclui o processo de geração de ideias, o desenvolvimento de tecnologias e processos. De acordo com Speroni (2016, p. 29) embora receba muito destaque na literatura, o termo “inovação” é notoriamente ambíguo, já que não há uma definição única, capaz de atender toda a carga semântica que o termo carrega, bem como suas aplicações, processos e resultados, ficando assim a cargo de cada autor a definição conforme abordagem a ser adotada.

3 INOVAÇÃO SOCIAL

O termo “inovação social” é relativamente novo, tendo sido empregado no início do século XIX pelo filósofo e sociólogo Max Weber (“invenções sociais”) e pelo economista Joseph Schumpeter na década de 30, porém somente a partir da década de 80 surgiram mais estudos deste tema (Edwards-Schachter, Matti, & Alcántara, 2012; Moulaert et al., 2005). Entretanto, este fenômeno está atraindo o interesse de pesquisadores, profissionais e formuladores de políticas em todo o mundo (Edwards-Schachter et al., 2012).

Esta popularidade é recorrente aos grandes desafios atuais, como as alterações climáticas, a epidemia mundial de doenças crônicas e as desigualdades sociais; cuja estrutura e política vigente não têm suportado tais questões prementes (Mulgan, 2006; Murray, Caulier-Grice, & Mulgan, 2010). O crescimento sustentável, a garantia de emprego, o aumento da capacidade competitiva (Howaldt, Schwarz, Henning, & Hees, 2010), o crescente número de organizações sem fins lucrativos que desenvolvem atividades econômicas para apoiar a sua missão social, o surgimento de uma variedade de mercado e projetos empresariais de base não mercantis que visam à resolução de problemas sociais e as oportunidades de crescimento para a inovação e experimentação derivados do atual ambiente de recessão global (Sanzo, Álvarez, Rey, & García, 2015), são fatores essenciais que explicam a importância da inovação social na sociedade atual (Cunha & Benneworth, 2013).

Apesar de sua relevância e do fomento de ações na prática, há uma necessidade no avanço tanto de uma maior compreensão de sua definição, surgimento e difusão, quanto da criação e uso de métodos e ferramentas para o processo de inovação social (Anderson, Curtis, & Wittig, 2015; Bignetti, 2011; Cajaiba-Santana, 2014; Godói-de-Sousa & Valadão Júnior, 2013; Murray et al., 2010). A falta de uma definição precisa e amplamente aceita causa incertezas sobre o que de fato são inovações sociais, como elas passam a existir e o que se pode esperar delas (Bignetti, 2011; Cajaiba-Santana, 2014; Cunha & Benneworth, 2013). Há com isso uma dificuldade na criação de indicadores e na avaliação de projetos em inovação social (Anderson et al., 2015).

Uma das primeiras definições de inovação social foi proposta por George W. Fairweather, em 1967, em um *Book Review* intitulado “*Methods for experimental Social Innovation*” (Horta, 2013). Desde então, e principalmente a partir dos anos 2000, tem se proliferado ideias e definições do que vem a ser a inovação social.

Uma das principais definições referenciadas na literatura é de Murray, Caulier-Grice e Mulgan:

Novas ideias (produtos, serviços e modelos) que simultaneamente satisfazem necessidades sociais e criam novas relações ou colaborações sociais. Em outras palavras, são inovações que, ao mesmo tempo, são boas para a sociedade e aumentam a capacidade da sociedade de agir (Murray et al., 2010).

Esta definição tem o foco em criar relações sociais com a finalidade de aumentar a capacidade de agir das pessoas, tendo como característica principal a construção de novas colaborações para satisfazer as necessidades sociais. Já outra definição encontrada, cuja característica são as práticas sociais, em contextos diversos de ação, criadas com o objetivo de melhorar o atendimento de necessidades ou problemas identificados, é a seguinte:

Inovação social é uma nova combinação e/ou uma nova configuração de práticas sociais em determinadas áreas de ação ou contextos sociais provocados por determinados atores ou constelações de atores de forma intencionais direcionadas com o objetivo de melhor satisfazer ou atender necessidades e problemas com o que é possível com base em práticas estabelecidas (Howaldt et al., 2010).

A compilação e análise de alguns conceitos de inovação social é apresentada por (Bignetti, 2011) com a seguinte proposta de definição:

O resultado do conhecimento aplicado a necessidades sociais através da participação e da cooperação de todos os atores envolvidos, gerando soluções novas e duradouras para grupos sociais, comunidades ou para a sociedade em geral (Bignetti, 2011).

Entretanto, essa definição tem como foco o resultado e Horta (2013), em sua tese de doutorado orientada por Bignetti, ampliou a análise das definições de inovação social por meio de uma apreciação quanto a seu objetivo, a sua consequência, a sua forma e seus atores sociais. Com isso, propôs a seguinte definição integradora: “Um processo colaborativo que visa a gerar soluções duradouras que atendam às necessidades sociais de grupos, de comunidades e da sociedade em geral”.

Para Linton (2009), a linguagem da inovação sofre de um vocabulário muito rico, pois “não são somente muitas palavras oferecidas, mas diferentes autores definem ou usam essas palavras de formas diferentes”. Há muitos termos dentro da própria definição (como, por exemplo: melhorar a qualidade de vida; mudança social) que também carecem de uma investigação mais aprofundada de modo a clarificar o significado de inovação social. Felizmente, alguns pesquisadores (Anderson et al., 2015; Bignetti, 2011; Cajaiba-Santana, 2014; Cunha & Benneworth, 2013; Edwards-Schachter et al., 2012; Horta, 2013) têm buscado em suas pesquisas a compreensão e integração dessa gama de definições.

A pesquisa de Edwards-Schachter et al. (2012) realiza uma ampla análise de 76 definições. Ela se baseou em 11 dimensões (objetivo, finalidade, direcionamento, fonte, contexto, agente, setores, processos, resultados, governança e empoderamento e desenvolvimento de capacidade) e resultou em 28 características de definições de inovação social, das quais algumas delas são: geração de valores sociais, melhoria da qualidade de vida e desenvolvimento sustentável; inovação social orientada para a resolução de problemas sociais e destinadas a ambos os setores sem fins lucrativos e com fins lucrativos; direcionada a desafios sociais, econômico e ambientais nos níveis global e local; interação entre os atores da sociedade civil, estado e agentes de negócios; empoderamento de grupos sociais desfavorecidos; participação e colaboração das pessoas na tomada de decisões; desenvolvimento de novas formas de organização e relações sociais; e melhorias para o bem-estar, sustentabilidade, inclusão social, e qualidade de vida.

Já o trabalho de Cunha e Benneworth (2013) analisou 12 definições e identificou 2 grupos diferentes de características: aqueles preocupados com a justiça social; e aqueles preocupados com práticas de inovação social. A partir disso, evidenciaram a necessidade de uma definição singular, com um escopo claramente delineado e conceitualmente claro, que engloba a ideia de novidade e mudança para um propósito socialmente progressivo e com o mais rigoroso tratamento de justiça social. Assim, para os autores a inovação social é:

Um sistema de mudança através do desenvolvimento de novas soluções na fronteira abrangendo comunidades de aprendizagem para criar valor social e promover o desenvolvimento da comunidade, desafiando as instituições sociais existentes, através de ação colaborativa desenvolvendo redes mais amplas (Cunha & Benneworth, 2013).

Por sua vez, Cajaiba-Santana (2014) amplia a compreensão conceitual do fenômeno de inovação social. O autor afirma que as pesquisas na área têm se limitado a conceituar a inovação

social por meio de abordagens teóricas centradas no agente (uma abordagem individualista e comportamentalista em que a inovação social é criada através das ações empreendidas por indivíduos específicos) e centrada na estrutura (em que a inovação social é percebida como determinado pelo contexto estrutural externo). Para avançar nesses limites, tendo por base a mudança social e a integração das teorias institucional⁶ e de estruturação⁷, o autor propõe o seguinte conceito:

As inovações sociais estão associadas com a intenção planejada, coordenada, objetivo orientado, e as ações empreendidas, legitimados pelos agentes sociais que visam a mudança social que vão surgir no estabelecimento de novas práticas sociais (Cajaiba-Santana, 2014).

Já Borges et al. (2015) sugerem uma definição que visa contribuir na identificação de ferramentas e indicadores para a análise e avaliação de projetos de inovações sociais, a qual é:

Criação de novos conhecimentos, ou da combinação de conhecimentos, por meio de um processo intencional, sistemático, planejado e coordenado, derivado da colaboração e do compartilhamento de conhecimento entre os diversos agentes, que visa de forma sustentável a mudança social benéfica a um coletivo (Borges et al., 2015).

Uma análise em profundidade sobre as definições de inovação social foi desenvolvida por um grupo de acadêmicos do Programa de Pós-Graduação em Inovação Social, da Universidade de Danúbio (Áustria). Por meio dessa análise, Anderson et al. (2015) propõem a definição de inovação social focada na dimensão social em oposição a dimensão tecnológica; com elementos distintivos que uma inovação tem de cumprir a fim de ser considerado social ou de qualificar-se para a definição de inovação social; focada sobre problemas sociais imperiosos; e valores sociais igualmente convincentes. A urgência da resolução destes problemas sociais imperiosos exige soluções novas e decisivas (inovações), que têm tanto a intenção e o efeito de igualdade, justiça e empoderamento. Diante disso, os autores definem inovação social como: “novas soluções para os desafios sociais que têm a intenção e o efeito da igualdade, da justiça

⁶ Na perspectiva da teoria institucional a inovação social é vista como resultado das trocas e aplicação de conhecimentos e recursos por agentes mobilizados por meio de atividades de legitimação. (Hämäläinen & Heiskala, 2007; Lee, 1959)

⁷ Na perspectiva da teoria da estruturação a inovação social é criada como uma força transformadora através da inter-relação entre os agentes, estruturas institucionais e sistemas sociais. (Hargrave & Van De Ven, 2006)

e empoderamento”. Os autores sugerem que para uma atividade se qualificar como uma inovação social deve atender a quatro critérios: 1) precisa ser nova; 2) deve abordar um desafio social; 3) a intenção deve ser a criação de igualdade, justiça e empoderamento; e 4) o efeito ou resultado final deve ser a igualdade, a justiça e empoderamento.

4 DISCUSSÃO

As fronteiras que atualmente delimitam o campo da inovação tecnológica e da inovação social, aparecem na literatura mais nitidamente quanto aos objetivos e/ou resultados pretendidos. A inovação no sentido tradicional visa a criação de valor econômico, maximização de lucros e o desenvolvimento de vantagens competitivas. Apresenta um processo linear que se desenvolve por meio de etapas sequenciais definidas e controladas por ferramentas de gestão específicas.

Em contraponto, a inovação social propõe a criação de valor social, criação ou oferta de melhores soluções para as pessoas, cooperação para resolver questões sociais. Há nela o predomínio da estrutura imaterial/intangível, novas práticas sociais, criação de valor compartilhado. Apresenta um processo não linear e além do processo que se desenvolve pela participação dos beneficiários e dos atores da comunidade durante todo o projeto.

Para Juliani (2015, p. 47), ambas inovações possuem significativas interações, visto que “difícilmente se restringem aos limites da área para a qual foram desenvolvidas e acabam por espalhar seus reflexos por outras dimensões”, o que corrobora com afirmação de Bignetti (2011) que apesar das distinções percebidas há uma evidente permeabilidade. Além disso, Borges (2017, p. 217) afirma que “as inovações são consideradas inovações a depender do contexto e realidade onde ela está inserida”.

Por fim, Delgado (2016) sintetiza no Quadro 1 o comparativo entre a inovação tecnológica e a inovação social com base nos trabalhos de (Mulgan, 2006; Bignetti, 2011; Cunha & Benneworth, 2013).

Quadro 1: Inovação versus Inovação Social

Característica	Inovação	Inovação Social
Objetivo ou resultado pretendido	Criação de valor econômico Maximização de lucros Vantagens competitivas	Criação de valor social Criação ou oferta de melhores soluções para as pessoas Cooperação para resolver questões sociais
Valor	Predomínio da estrutura material/tangível Criação de produtos e artefatos tecnológicos Apropriação de valor	Predomínio da estrutura imaterial/intangível Novas práticas sociais Criação de valor

Característica	Inovação	Inovação Social
Motivação	Incentivos materiais	Reconhecimento, compaixão, identidade, autonomia e cuidado
Recursos críticos	Dinheiro de empresas que investem na linha de fundo.	Mix de diferentes recursos, como o reconhecimento e apoio político, trabalho voluntário e compromisso filantrópico
Locus	P&D empresarial e universidade	Comunidades locais
Características	Algo totalmente novo ou combinações	A inovação social não pode ser algo totalmente novo
Processos	Processo linear Processo que se desenvolve por meio de etapas sequenciais definidas e controladas por ferramentas de gestão específicas	Processo não linear Processo que se desenvolve pela participação dos beneficiários e dos atores da comunidade durante todo o projeto.
Difusão	Difusão rápida Intensa participação do mercado Proteção intelectual	Difusão lenta, portanto, mais sustentável Ampla disseminação

Fonte: Delgado (2016, p. 58-59)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo se propôs buscar uma compreensão a partir da literatura sobre a convergência e as fronteiras entre inovação tecnológica e inovação social. Verificou-se que, os construtos da inovação tecnológica ainda permanecem atrelados a visão de Schumpeter, pois apresentam uma base teórica que se sustenta, até hoje, relacionando o desenvolvimento econômico em virtude de novas tecnologias que se sobrepõe as anteriores em um processo dinâmico. Percebe-se na literatura a variedade semântica de termos e sentidos que são usados pelos autores para definir a inovação tecnológica, em especial no que tange aos processos.

Em relação a inovação social, consta na literatura que ela usa processos não lineares e sua motivação está em gerar uma mudança de paradigma, cujo valor passa a ser o valor social. Observa-se ainda que a discussão da área está mais vinculada ao estímulo e concretização das inovações, do que propriamente no controle de seu processo.

Por fim, é preciso compreender que, embora existam fronteiras entre elas, quanto a motivações, processos e resultados, ambas geram aumento da riqueza e contribuem para a modificação nas estruturas econômicas.

REFERÊNCIAS

- Adolf, M., Mast, J. L., & Stehr, N. (2013). The foundations of innovation in modern societies: The displacement of concepts and knowledgeability. *Mind & Society*, 12(1), 11–22. <https://doi.org/10.1007/s11299-013-0112-x>

- Ahmed, P. K. (1998). Culture and climate for innovation. *European Journal of Innovation Management*, 1(1), 30–43. <https://doi.org/10.1108/14601069810199131X>
- Anderson, T., Curtis, A., & Wittig, C. (2015). Definition and theory in social innovation. the theory of social innovation and international approaches. *ZSI Discussion Paper*, (33). Retrieved from <https://www.zsi.at/en/object/publication/3641X>
- Assink, M. (2006). Inhibitors of disruptive innovation capability: A conceptual model. *European Journal of Innovation Management*, 9(2), 215–233. <https://doi.org/10.1108/14601060610663587X>
- Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2009). Towards a multidisciplinary definition of innovation. *Management Decision*, 47(8), 1323–1339. <https://doi.org/10.1108/00251740910984578X>
- Benner, C. (2003). Learning communities in a learning region: The soft infrastructure of cross-firm learning networks in silicon valley. *Environment and Planning A*, 35(10), 1809–1830. <https://doi.org/10.1068/a35238X>
- Bessant, J., & Tidd, J. (2009). *Inovação e empreendedorismo* (p. 512). Porto Alegre: Bookman.
- Bignetti, L. P. (2011). As inovações sociais: Uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. *Ciências Sociais Unisinos*, 47(1), 3–14. <https://doi.org/10.4013/csu.2011.47.1.01X>
- Block, J. H., Thurik, R., & Zhou, H. (2013). What turns knowledge into innovative products? The role of entrepreneurship and knowledge spillovers. *Journal of Evolutionary Economics*, 23(4), 693–718. <https://doi.org/10.1007/s00191-012-0265-5X>
- Borges, M. A. (2017, Abril). *Dinâmica das Parcerias Intersetoriais em Iniciativas de Inovação Social: da descrição à proposição de diretrizes*. (Tese). Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, Brasil.
- Borges, M. A., Delgado, A. S., Costa, L. A., Aguiar, R. R. S. de, Dandolini, G. A., & Souza, J. A. (2015). Inovação social: Uma gênese a partir da visão sistêmica e teoria da ação comunicativa de Habermas. In *4th international conference on integration of design, engineering and management for innovation* (pp. 126–138). Florianópolis, Brasil.
- Brentani, U. de. (2001). Innovative versus incremental new business services: Different keys for achieving success. *Journal of Product Innovation Management*, 18(3), 169–187. <https://doi.org/10.1111/1540-5885.1830169X>
- Brümmer, N., & Du Preez, J. (2006). Application-independent evaluation of speaker detection. *Computer Speech & Language*, 20(2), 230–275.
- Cajaiba-Santana, G. (2014). Social innovation: Moving the field forward. a conceptual framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 82, 42–51. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.05.008X>
- Cavalli, N. (2007). The symbolic dimension of innovation processes. *American Behavioral Scientist*, 50(7), 958–969. <https://doi.org/10.1177/0002764206298321X>
- Christensen, J. F., Olesen, M. H., & Kjær, J. S. (1997). The industrial dynamics of Open Innovation – Evidence from the transformation of consumer electronics. *Research Policy*, 34(10), 1533–1549. <http://dx.doi.org/10.1016/j.respol.2005.07.002X>
- Cooper, J. R. (1998). A multidimensional approach to the adoption of innovation. *Management decision*, 36(8), 493–502. <https://doi.org/10.1108/00251749810232565X>

- Crossan, M. M., & Apaydin, M. (2010). A multi-dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1154–1191. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00880.x>
- Cunha, J., & Benneworth, P. (2013). Universities' contributions to social innovation: Towards a theoretical framework. In *Annual conference of the european urban research association (eura)*. Enschede, Holanda.
- Delgado, A. A. S. (2016, Junho). *Framework para caracterizar la innovación social sobre sus procesos* (Tese). Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, Brasil.
- Drucker, P. F. (1993). *Innovation and entrepreneurship* (1ª ed.). Paperback; Collins.
- Edquist, C. (2001). The Systems of Innovation Approach and Innovation Policy: An account of the state of the art. In: *DRUID Conference*, 12–15.
- Edwards-Schachter, M. E., Matti, C. E., & Alcántara, E. (2012). Fostering quality of life through social innovation: A living lab methodology study case. *Review of Policy Research*, 29(6), 672–692. <https://doi.org/10.1111/j.1541-1338.2012.00588.x>
- Godói-de-Sousa, E., & Valadão Júnior, V. (2013). Social enterprises in brazil: Socially produced knowledge versus social innovation. *Journal of Technology Management & Innovation*, 8(0), 166–176. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242013000300015>
- Hämäläinen, T., & Heiskala, R. (2007). *Social innovations, institutional change, and economic performance: Making sense of structural adjustment processes in industrial sectors, regions, and societies*. Edward Elgar Publishing, Incorporated.
- Hamel, G. (2006). The why, what, and how of management innovation. *Harvard Business Review*, 84(2).
- Hargrave, T. J., & Van De Ven, A. H. (2006). A collective action model of institutional innovation. *The Academy of Management Review*, 31(4), 864–888. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/20159256>
- Horta, D. M. O. (2013, Julho). *As especificidades do processo de difusão de uma inovação social: Da propagação inicial à resignificação* (Tese). Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, Brasil. Retrieved from <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/4376>
- Howaldt, J., Schwarz, M., Henning, K., & Hees, F. (2010). *Social innovation: Concepts, research fields and international trends*. IMA/ZLW.
- Juliani, D. P. (2015, Junho). *Framework da cultura organizacional nas universidades para a inovação social* (Tese). Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, Brasil.
- Koch, A. H. (2012). Authority and managing innovation: A typology of product development teams and communities. *Creativity and Innovation Management*, 21(4), 376–387. <https://doi.org/10.1111/caim.12001>
- Lee, L. (1959). Institutions and ideas in social change. *American Journal of Economics and Sociology*, 18(2), 127–138. <https://doi.org/10.1111/j.1536-7150.1959.tb00300.x>
- Linton, J. D. (2009). De-babelizing the language of innovation. *Technovation*, 29(11), 729–737. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2009.04.006>

- Mørk, B. E., Hoholm, T., Ellingsen, G., Edwin, B., & Aanestad, M. (2010). Challenging expertise: On power relations within and across communities of practice in medical innovation. *Management Learning*, 41(5), 575–592. <https://doi.org/10.1177/1350507610374552>X
- Moulaert, F., Martinelli, F., Swyngedouw, E., & González, S. (2005). Towards alternative model(s) of local innovation. *Urban Studies*, 42(11), 1969–1990. <https://doi.org/10.1080/00420980500279893>X
- Mulgan, G. (2006). The process of social innovation. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 1(2), 145–162. <https://doi.org/10.1162/itgg.2006.1.2.145>X
- Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G. (2010). *The open book of social innovation*. The Young Foundation/ National Endowment for Science, Technology; the Art - NESTA.
- OECD. (2005). *Oslo manual: Guidelines for collecting and interpreting innovation data* (3rd ed.). Organisation for Economic Co-operation; Development. Retrieved from <http://www.oecd.org/sti/oslomanual>X
- Preez, N. D. du, & Louw, L. (2008). A framework for managing the innovation process. In *PICMET '08 - 2008 portland international conference on management of engineering technology* (pp. 546–558). <https://doi.org/10.1109/PICMET.2008.4599663>X
- Sanzo, M. J., Álvarez, L. I., Rey, M., & García, N. (2015). Business–nonprofit partnerships: A new form of collaboration in a corporate responsibility and social innovation context. *Service Business*, 9(4), 611–636. <https://doi.org/10.1007/s11628-014-0242-1>X
- Schumpeter, J. A. (1976). *Capitalism, socialism, and democracy* (5^a ed., p. 437). New York: Routledge.
- Speroni, R. de M. (2016, Abril). *Modelo de referência para indicadores de inovação regional suportado por dados ligados* (Tese). Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, Brasil.
- Tekic, Z., Cosic, I., & Katalinic, B. (2013). Knowledge creation and emergence of innovations. *International Journal of Industrial Engineering and Management*, 4(1), 27–32. Retrieved from http://www.iim.ftn.uns.ac.rs/images/journal/volume4/ijiem_vol4_no1_4.pdfX
- Trott, P. J. (2012). *Gestão da inovação e desenvolvimento de novos produtos* (4^a ed., p. 648). Porto Alegre: Bookman.