

## **Redes, inovação e conhecimento. Contributo para uma leitura sistémica!**

*Maria Manuel SERRANO  
mariaserrano@uevora.pt  
Universidade de Évora & SOCIUS-ISEG/UTL*

*Paulo NETO  
neto@uevora.pt  
Universidade de Évora & CEFAGE-UÉ*

### **Resumo**

Partindo do pressuposto de que as redes são potenciais espaços de inovação, desde que prevaleça uma lógica relacional de cooperação e uma divisão do trabalho equilibrada entre os elementos que a constituem, analisou-se o modelo de relacionamento de uma rede de empresas. Com base nas definições teóricas dos conceitos de rede (de empresas) e de inovação (tecnológica e organizacional) e dos resultados empíricos obtidos a partir da elaboração de um estudo de caso, procurou-se identificar inovações tecnológicas e organizacionais, com origem na rede, e adotadas pelas empresas subcontratadas. Trata-se de perceber se o modelo de relacionamento da rede é propício à aprendizagem e ao desenvolvimento harmonioso das empresas, constituindo assim um espaço de inovação, ou pelo contrário, assenta na dependência e controlo do cliente sobre os fornecedores.

**Palavras chave:** Redes, Inovação, Inovação Tecnológica, Inovação Organizacional

### **Introdução**

Redes, inovação e conhecimento! Quer seja no discurso político, académico ou empresarial estes conceitos tendem a assumir uma conotação positiva e, nesse sentido, estão associados à capacidade de resolução de problemas de ordem económica, social ou outra.

O conceito de rede aplica-se a vários tipos de organização e de situação económica e designa várias realidades organizacionais (Butera, 1991). Enquanto configurações organizacionais de elevada intensidade relacional, as redes são por si só modos inovadores de organização e potenciais espaços privilegiados e alargados de inovação e, conseqüentemente, de produção e transferência de conhecimento.

No contexto da sociedade (e da economia) do conhecimento a inovação surge como uma versão atualizada do conceito sociológico de *mudança*, o qual tem subjacente, de forma mais ou menos explícita, o pressuposto de um benefício social e societal. Assim, no âmbito dos estudos organizacionais, enumeram-se vários tipos de inovação (i.e. social, tecnológica, organizacional)

e identificam-se diversos contextos da sua aplicação (i.e. ensino, formação, gestão dos recursos humanos).

Na tradição económica, a inovação começou por ser sinónimo de mudança na técnica (inovação no processo), a qual deveria proporcionar o aumento da produção de riqueza. Mais tarde, o conceito evolui para definições mais abrangentes, que incluem as mudanças nos processos, mas também nos produtos, nos processos de aprendizagem e/ou cooperação entre empresas e outras instituições (Lundvall, 1992). Enquanto a economia tende a interessar-se pelo impacto económico da inovação e pelos obstáculos à sua difusão, pelos problemas inerentes à transferência de tecnologia e ainda pelos seus efeitos no emprego e na competitividade de um país, sector de atividade ou empresa; a abordagem sociológica da inovação centra-se no processo de produção social de inovação, enquanto quadro específico de relações sociais que se constroem com essa finalidade. Ou seja, procura-se identificar a natureza das relações sociais que se estabelecem entre os atores sociais que traçam como objetivo produzir inovações (Oliveira, 2008).

Neste paper apresenta-se uma breve definição dos conceitos de rede (de empresas) e de inovação (tecnológica e organizacional) e analisa-se o modelo de relacionamento de uma rede de empresas com o objetivo de perceber se esta rede constitui um espaço de inovação tecnológica e organizacional. O pressuposto de partida é o de que as redes são potenciais espaços de inovação, desde que prevaleça uma lógica relacional de cooperação e uma divisão do trabalho equilibrada entre os elementos que a constituem. A estratégia metodológica de investigação foi o estudo de caso e as técnicas de recolha e tratamento da informação de natureza quantitativa e qualitativa.