

**Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade**

**A ESTRUTURAÇÃO DA INOVAÇÃO SOCIAL A PARTIR DE REDES COLABORATIVAS**

**THE STRUCTURATION OF SOCIAL INNOVATION STARTING FROM COLLABORATIVE NETWORKS**

Debora Bobsin, Schirlei Stock Ramos, Tailê Gomide Tonetto e Tais Palma Pereira

**RESUMO**

No panorama da economia criativa, é possível se observar, no cenário mundial, o surgimento de modelos de redes colaborativas interpessoais como alternativas de desenvolvimento socioeconômico. Assim, esta pesquisa contempla o estudo das novas formas organizacionais que vem se desenhando a partir destes novos paradigmas. Ao focar nos processos de cocriação, aprendizado, economia e gestão que ocorrem dentro desses modelos, busca-se com este estudo a melhor compreensão desses construtos para a inovação organizacional e social. Pois Cummings (2012) destaca que é preciso ampliar as pesquisas sobre redes com o intuito de compreender o impacto que elas podem ter sobre a produtividade e a colaboração. Ao propor a identificação e análise da inovação social e organizacional resultante das interações nas redes colaborativas, este estudo procura compreender o valor da originalidade, dos processos colaborativos e a prevalência de aspectos intangíveis na geração de valor, fortemente ancorados na cultura e em sua diversidade. Abre-se, deste modo espaços de discussão de ideias e projetos, de integração dos atores envolvidos na economia criativa, e nos processos de mudança e inovação social.

**Palavras-chave:** Inovação Social, Economia Criativa, Redes Colaborativas, Empreendedorismo Social, Inovação Organizacional.

**ABSTRACT**

In the scenario of creative economy it can be seen, worldwide, the emergence of models of interpersonal collaborative networks as alternatives for socioeconomic development. Thus, this research is about the study of new organizational forms that have been elaborated from these new paradigms. By focusing on processes of cocreation, learning, economic analysis and management developed within these models, the aim of this essay is to contribute for a better comprehension about these constructs for organizational and social innovation. Cummings (2012) emphasizes the need to expand research about networks in order to understand the impact that they can have on productivity and collaboration. In proposing the identification and the analysis of social and organizational innovation resulted from the interactions inside collaborative networks, this study seeks to understand the values of the originality, of the collaborative processes and of the prevalence of intangibles aspects in value creation, strongly anchored in culture and its diversity. As outcomes of those models emerge spaces for discussion of ideas and projects and for the integration of the actors involved in the creative economy, and also in the processes of change and social innovation.

**Keywords:** Social Innovation, Creative Economy, collaborative networks, Social Entrepreneurship, Organizational Innovation.

## 1. CARACTERIZAÇÃO E JUSTIFICATIVA DA PESQUISA

As redes colaborativas são compreendidas como agrupamentos em contextos específicos, com certa intencionalidade de objetivos. Investigá-las envolve entender como os participantes se organizam e se mobilizam para integrar essas redes e como as alterações estruturais (e suas motivações) ocorrem. Por isso, é preciso analisar como os membros da rede lidam com a auto-organização, as relações de poder, com as representações simbólicas, com o contexto socioeconômico existente e os movimentos que ocorrem na rede.

No que se refere à atitude de colaboração, por criarem algo juntas as pessoas aprendem algo novo pelo conhecimento que é compartilhado, de natureza interdisciplinar. Tendo em vista esse importante papel que as redes colaborativas podem cumprir no funcionamento e na estruturação da inovação social, reitera-se que a novidade reside no reconhecimento de que o contexto formado pela convergência de tecnologias, a globalização e a insatisfação com o atual quadro socioeconômico mundial atribui à criatividade o papel de motivar e embasar novos modelos de negócios, processos organizacionais e uma arquitetura institucional que galvaniza setores e agentes econômicos e sociais para a inovação que gere desenvolvimento social.

Do ponto de vista da sociedade, justifica-se esta pesquisa porque destaca-se que, na sociedade, movimentos em várias direções buscam tecnologias e novas formas organizacionais para alcançar o desenvolvimento social. Os paradigmas socioeconômicos atuais têm se mostrado incapazes de promover o propalado bem-estar social, no eterno conflito entre justiça distributiva e eficiência alocativa, agora agravado por questões ambientais galopantes (REIS *et. al*, 2011). Assim, tais características fazem da inovação social dentro de um contexto de economia criativa uma oportunidade de resgatar o cidadão (inserindo-o socialmente) e o consumidor (incluindo-o economicamente), através de um ativo que emana de sua própria formação, cultura e raízes. Esse quadro de coexistência entre o universo simbólico e o mundo concreto é o que transmuta a criatividade em catalisador de valor econômico (REIS *et al*, 2008).

A continuidade e sustentabilidade desses processos de cocriação e aprendizado que ocorrem em rede e dentro de um contexto de economia criativa levam a pensar a microeconomia e as implicações do trabalho colaborativo para as organizações e disso resulta a ampliação dos espaços públicos e a expansão dos direitos humanos, econômicos, sociais, culturais e ambientais, que são pilares não só da economia criativa, mas também da inovação social. Compreende-se que é preciso aprofundar essa discussão para se entender esse novo paradigma socioeconômico.

## 2. OBJETIVOS

Evidencia-se como questão orientadora e como principal objetivo deste estudo, compreender: **Como a adoção de redes de colaboração em organizações sociocriativas estimula a inovação social?**

A partir desta questão central de pesquisa o estudo tem como metas: *a) compreender as motivações para a formação da rede; b) quais são as bases de estruturação da rede colaborativa; c) compreender como a atuação das redes colaborativas influencia o macroambiente e a inovação social.*

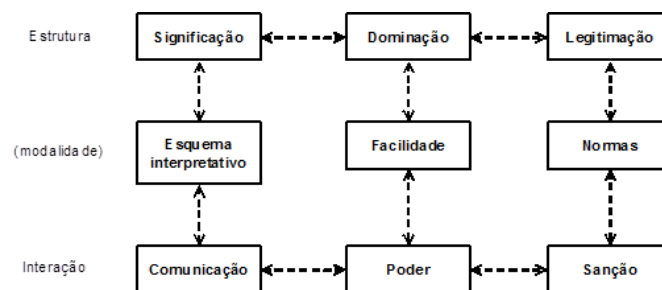
## 3. REVISÃO DE LITERATURA

### 3.1. Teoria da Estruturação

A TE de Giddens (2009) tem o papel de auxiliar na compreensão das redes colaborativas como processos dinâmicos, considerando o contexto social, cultural, histórico e político no qual as mesmas se estruturam e se estabelecem. A dualidade entre a ação e a estrutura é um aspecto chave para a compreensão dos fenômenos sociais, incorporando uma perspectiva temporal, compreendendo a ambiguidade das influências recíprocas entre indivíduos e os sistemas sociais (GREGOR e JOHNSTON, 2000; POZZEBON e PINSONNEAULT, 2001).

A estrutura evidencia a reprodução social de regras e recursos, de modo que ao reproduzir continuamente as relações sociais forma estruturas estabilizadas no tempo e espaço (GIDDENS, (2009). Desta forma, a estrutura não é algo dado, e o processo de estruturação envolve compreender como as estruturas se institucionalizam e se reproduzem, tornando-se práticas sociais regulares. As dimensões da dualidade da estrutura estão representadas na Figura 1 (Giddens, 2009).

**Figura 1-** Dimensões da dualidade da estrutura



**Fonte:** Giddens (2009).

As modalidades mediam a ação (interação) e a estrutura, e compreendem aos esquemas interpretativos utilizados na comunicação de significados, os recursos usados nas relações de poder e as normas aplicadas para a sanção do comportamento social (TIMBRELL et al., 2005). As dimensões da estrutura envolvem a significação, dominação e legitimação: a significação se efetiva nos atos comunicacionais, enquanto a dominação envolve o exercício do poder e a legitimação destaca as sanções sociais. A comunicação de significado, as relações de poder e as sanções normativas ocorrem simultaneamente nas práticas e interações sociais (TIMBRELL et al., 2005). A dualidade da estrutura é fundamental para a estruturação, pois evidencia a reciprocidade existente entre a ação e estrutura, pois a estrutura é meio e resultado das interações, de modo que, as regras e recursos influenciam e são influenciadas pelas ações (SEWELL JR., 1992; GREGOR e JOHNSTON, 2000).

A Teoria da Estruturação possibilita que a presente pesquisa observe a recursividade das interações nas redes colaborativas, investigando as mesmas ao longo do tempo e observando como as ações se regularizam e se tornam recorrentes, constituindo estruturas e gerando processos de inovação social. A partir das lentes da Teoria da Estruturação, as redes colaborativas e a inovação social serão compreendidas como construídas física e socialmente pelos atores, considerando seus elementos contextuais a partir de uma visão processual e estrutural do caso estudado.

### 3.2. Inovação Social

A ideia de inovação por muito tempo esteve quase que exclusivamente associada ao domínio tecnológico. Contudo, as perspectivas mais recentes afastam definitivamente a Inovação Social (IS) da Tecnológica, atribuindo-lhe uma natureza não mercantil, um caráter

coletivo e uma intenção que gera inovação e benefício para toda a sociedade. Aprofundando a reflexão sobre a IS podemos verificar que:

A inovação é um processo de procura, descoberta, experimentação, desenvolvimento, imitação, e, adoção efetiva de novos produtos, de novos processos de produção ou novos arranjos organizacionais. A inovação envolve uma atividade intrinsecamente incerta de pesquisa e solução de problemas, baseada em variadas combinações de conhecimentos públicos e privados, princípios científicos gerais e experiências idiossincráticas, procedimentos sistematizados e competências tácitas (DOSI, 1988 *apud* FLEURY, 2001, p.06).

Uma grande parte dos autores atribui o significado da IS como um processo que se desenvolve fora do mercado e frequentemente também sem a intervenção direta do Estado e que visa prioritariamente à inclusão social (ANDRÉ; ABREU, 2006). Verifica-se, portanto, que a IS não se relaciona apenas com a capacidade de criar novos produtos para a sociedade, mas também e, sobretudo, a novos modos de tratar, conceber e reagir às situações a que os indivíduos estão submetidos dentro da organização social.

Para que esses produtos e processos sejam reconhecidos como IS o potencial da transformação social deve ser claramente identificado. Observa-se o conceito abaixo:

[...] Social Innovation - In both its product and process dimensions – is characterised by at least three forms of achievements, alone or combination, accomplished through some form of collective action, as opposed to individual action: **1.**It contributes to satisfy human needs not otherwise considered/satisfied.**2.**It increases access rights (e.g by political inclusiveness, redistributive policies, etc.). **3.** It enhances human capabilities (e.g by empowering particular social groups, increasing social capital, etc) (MARTINELLI, *et al*, 2003, p.47-48).

O conceito apresentado por Martinelli *et. al.* (2003), sobretudo, no que destaca o aumento de direitos e acessos por parte dos beneficiários da IS, pode, em parte, explicar porque ela tem sido considerada pelo terceiro setor e mesmo pelos governos como uma importante estratégia para superar os desafios da sociedade em promover a inclusão e o desenvolvimento territorial. Corroborando com estas abordagens André & Abreu (2006) afirmam:

[...] a inovação social como resposta nova e socialmente reconhecida, que visa e gera mudança social, liga-se, simultaneamente a três atributos: (i) satisfação das necessidades humanas não satisfeitas pelo mercado; (ii) promoção da inclusão social; e (iii) capacitação de agentes ou actores sujeitos, potencial ou efectivamente, a processos de exclusão marginalização social, desencadeando, por essa via, uma mudança, mais ou menos intensa nas relações de poder. (ANDRE & ABREU, 2006)

Ao delinear as dimensões da IS, André & Abreu (2006) trazem quatro dimensões úteis para a operacionalização do conceito. Quais sejam:

- 1- **Natureza:** - **Essência** (o foco na mudança) - **Barreiras** (o que vai ser ameaçado com a inovação social); - **Âmbitos** (políticas, processos, e produtos através das quais se manifesta a inovação social); - **Domínios** (econômico, tecnológico, político, social, cultural, ético: onde emerge e se desenvolve a inovação social).
- 2- **Estímulos:** **Adversidades** (que a inovação social visa ultrapassar); - **Riscos** (que a inovação social visa mitigar); - **Desafios** (que a inovação social pretende responder); **Oportunidades** (que a inovação social procura aproveitar)
- 3- **Recursos e Dinâmicas:** **Recursos:** Conhecimentos e saberes, Qualificação, Informação, Comunicação. -**Capital relacional:** De proximidade geográfica: Comunidade local/ regional/nacional. Desterritorializado. -**Dinâmicas:**

Institucionalização/ absorção. Mantém em quadro não institucional- gera outra inovação. Esgotamento (acaba no momento em que o problema específico se resolve). -**Travagem** – percurso coercitivamente interrompido. **Abandono** (insustentabilidade).

- 4- **Relação de agência:** **Tipo:** Instituições: Públicas/ privadas/terceiro setor/organizações/Movimentos Sociais. **Papel:** Mediadores. Inovador/adoptante. - **Relação de poder:** Hegemônicos. Não hegemônicos. (ANDRE; ABREU, 2006)

Assim, a inovação social pode ser definida como uma contribuição para a sustentabilidade de uma determinada comunidade e do país. O conceito de inovação social tem sido considerado como uma importante estratégia para superar os desafios da sociedade em promover a inclusão e o desenvolvimento.

### 3.3. Economia Criativa

O conceito de economia criativa deriva do termo “indústrias criativas”, que por sua vez apareceu no discurso intitulado “Creative Nation” (Nação Criativa), proferido pelo Primeiro-Ministro da Austrália, em 1994. A fala defendia a importância de aproveitar as oportunidades geradas pela globalização e pelas mídias digitais como forma de informar e enriquecer a criatividade das pessoas e sua contribuição para o desenvolvimento do país. O paradigma da economia criativa se consolidou em 1997, na Inglaterra, quando, para fazer frente à crescente competição econômica global, o governo do então Primeiro-Ministro Tony Blair criou uma força tarefa multisetorial, encarregada de analisar as tendências de mercado e as vantagens competitivas nacionais. Destas ações, destacou-se a parceria público-privada para a articulação entre os diferentes setores e governo, sobretudo nas áreas de cultura, desenvolvimento, turismo, educação e relações exteriores, entre outras (PROJETO CRIATICIDADE, 2014).

A partir daí começa o entendimento que cultura e economia sempre andaram *pari passu* (REIS, 2008), pois bens e serviços culturais e criativos estão enraizados na vida em sociedade e são consumidos sem necessariamente serem intermediados pelo mercado. Contudo, ao se analisar a produção bibliográfica pioneira a respeito da economia criativa, nota-se que esta era marcada pelo foco em indústrias criativas e em sua dinâmica econômica (CAVES, 2000; HOWKINS, 2001) ou nas características e capacitação dos trabalhadores dessas indústrias (SELTZER; BENTLEY, 1999; FLORIDA, 2003).

David Throsby (2001) defendeu a cultura nos debates acerca das indústrias criativas, referindo-se a produtos e serviços culturais que envolvem criatividade em sua produção, englobam certo grau de propriedade intelectual e transmitem significado simbólico. Já Hartley (2005) integra a visão setorial a uma abordagem mais ampla da economia, cunhando uma definição que une cultura e tecnologias:

[...] a idéia de indústrias criativas busca descrever a convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com indústrias culturais (escala de massa), no contexto das novas tecnologias de mídia (TICs) em uma nova economia do conhecimento, para o uso dos novos consumidores-cidadãos interativos (HARTLEY, 2005, p.5).

Verifica-se, portanto que a economia criativa consegue por meio da agregação de traços de outros conceitos, um toque próprio e inovador. Da economia da experiência, reconhece o valor da originalidade, dos processos colaborativos e da prevalência de aspectos intangíveis na geração de valor, sobretudo na cultura. Da economia do conhecimento, toma a ênfase na trinômia tecnologia, qualificação de trabalho e geração de direitos de propriedade intelectual. E, da economia da cultura, propõe a valorização da autenticidade e do intangível



cultural único e inimitável (PROJETO CRIATICIDADE, 2014). Embora esses conceitos venham sendo amplamente discutido, defini-los é um processo em elaboração, pois envolve contextos culturais, econômicos e sociais diferentes (REIS, *et.al.* 2008).

Para finalizar, com base em uma visão geral, pode-se afirmar que, embora a economia criativa seja um conceito em construção pode-se observá-la como uma opção viável para a promoção do desenvolvimento humano sustentável, ao melhorar a qualidade de vida das pessoas, não apenas por meio do crescimento socioeconômico, mas também por meio da cultura e da educação. Isso exige uma harmonização das iniciativas proativas por parte dos criadores, dos artistas e da comunidade de negócios, além de respostas inovadoras de políticas por parte dos governos (BRUNO, 2011).

#### 4. METODOLOGIA

As teorias de base fundamentarão a realização de um **estudo de caso único**, de **caráter longitudinal**, que cobrirá o período de um ano de observação de um Coletivo Cultural que se auto-organiza em forma de rede colaborativa localizado na cidade de Santa Maria, denominado Brique da Vila Belga. A unidade de amostra é um movimento cultural que busca através de diversas ações reintegrar o centro histórico de Santa Maria à dinâmica urbana através de redes colaborativas, divulgando elementos culturais diferenciais e promovendo aquilo que pode ser qualificado positivamente como singular da cidade de Santa Maria. O coletivo surgiu em 2014, por iniciativa de moradores da localidade que buscavam criar um espaço de socialização e convívio para a cidade a partir do resgate histórico e da revalorização patrimonial da Vila Belga.

A coleta dos dados será efetuada a partir de um protocolo de pesquisa para uma observação participante da estruturação da rede no decorrer do ano de 2016 e 2017, período esse que pode ser considerado de consolidação do coletivo. Será feito acompanhamento que compreende entrevistas durante os processos de estruturação com os líderes do coletivo e com os expositores participantes do Brique; a observação participante dos encontros presenciais organizados pelas lideranças do movimento (aproximadamente duas reuniões por mês), além da coleta de documentos e outros dados secundários como e-mails, notícias nos portais, documentos de gestão e governança do coletivo, etc. Os dados codificados serão sumarizados com base nas temáticas emergentes das aproximações teóricas entre a Teoria da Estruturação, Inovação Social, Autogestão e Economia Criativa com base numa análise de conteúdo (NEUENDORF, 2002). Dada a complexidade e o volume dos dados, para esta análise será utilizado o software NVIVO10® (BAZELEY, 2007).

#### 5. RESULTADOS ESPERADOS

A principal contribuição para a academia é a obtenção de resultados sobre a inovação social resultante da adoção de redes colaborativas, uma composição social formada por indivíduos e interligada por diferentes formas, e de resultados sobre o uso da Teoria da Estruturação como base teórica e metodológica, que permite uma abordagem rica do fenômeno, na área da economia criativa. A inovação social é uma temática que vem crescendo como interesse de pesquisa, no entanto frente a experiências de outros países, as pesquisas nesse campo de investigação no Brasil ainda são incipientes e necessitam de consolidação. Para o coletivo cultural no qual o estudo de caso será desenvolvido, a principal contribuição é um diagnóstico e a estruturação de elementos que permitirão uma melhor compreensão sobre a utilização de rede colaborativa, sua estrutura e funcionamento dos aspectos ligados a sua governança e seus impactos na sociedade no qual se insere. O estudo poderá contribuir para a orientação de suas políticas de desenvolvimento e crescimento.

## REFERÊNCIAS

- ANDRE, I; ABREU, A. **Dimensões e espaços da Inovação social**. Revista Finisterra, XLI, Lisboa/Portugal, n.81, p. 121-141, 2006.
- BAZELEY, P. **Qualitative Data Analysis with NVivo**. London: Sage Publications, 2007.
- BRUNO, A. C. M.; FILIPECKI, A. T. P.; Carla Bretas; Calil, M R; Maranhão, S A C L.. Mapeamento da produção de conhecimento em economia criativa. **Revista Design, Inovação e Gestão Estratégica - REDIGE**, v. 2, p. 305-342, 2011.
- CAVES, Richard E., **Creative industries – Contracts between art and commerce**. Cambridge: Harvard University Press, 2002.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2003.
- CRESWELL J. W.; CLARK, V. L. P. **Pesquisa de Métodos Mistos**. 2ª Ed. Porto Alegre: Penso, 2013.
- CUMMINGS, J. The Impact of Intra-Organizational Social Networking Sites on Impression Formation. **Proceedings of the Conference on Information Systems Applied Research**, New Orleans, Louisiana, USA, v5, 2012.
- FLEURY, S. Observação de inovação social. Buenos Aires;Argentina: 2001.
- FLORIDA, Richard, **The flight of the creative class**. New York: Harper Business, 2005.
- GIDDENS, A. **A constituição da sociedade**. 3. ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.
- HARTLEY, John (Ed.), **Creative industries**. Oxford: Blackwell Publishing, 2005.
- HOWKINS, John, **The Creative economy – How people make money from ideas**. London: Penguin Books, 2001.
- MARTINELLI, F, MOULAERT, F; SWYNGEDOUW, E; AILENEI, O. Social innovation, governance and community building – Singocom - scientific periodic. (2003). Disponível em: [http://www.ceg.ul.pt/finisterra/numeros/2006-81/81\\_06.pdf](http://www.ceg.ul.pt/finisterra/numeros/2006-81/81_06.pdf).
- REIS, A.C Fonseca; *et.al*. **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural; Garimpo de Soluções, 2008.
- REIS, A. C, Fonseca. Peter Kageyama (orgs). **Cidades Criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de soluções. Garimpo de Soluções, 2011.