

# A CONTRIBUIÇÃO DOS SISTEMAS DE INOVAÇÃO E DA CULTURA ORGANIZACIONAL PARA A GERAÇÃO DE INOVAÇÃO

## THE CONTRIBUTION OF INNOVATION SYSTEMS AND ORGANIZATIONAL CULTURE FOR INNOVATION GENERATION

Elaine da Silva<sup>a</sup>

Marta Lúcia Pomim Valentim<sup>b</sup>

### RESUMO

**Introdução:** Destaca o papel da inovação na Sociedade da Informação e do Conhecimento como elemento propiciador do desenvolvimento em âmbitos regional, nacional e global. **Objetivo:** Refletir acerca do surgimento da inovação no contexto dos sistemas de produção e seu respectivo papel para o desenvolvimento da sociedade. **Metodologia:** A pesquisa configura-se por uma abordagem qualitativa de natureza bibliográfica e exploratória. **Resultados:** A partir de análise de literatura selecionada, apresenta aspectos conceituais da inovação no contexto dos sistemas de produção e analisa sua contribuição ao sistema de inovação nacional, bem como o papel da cultura organizacional voltada à inovação. **Conclusões:** Pensar a inovação a partir do enfoque sistêmico, baseado na interação dos diferentes agentes competentes para influenciar e contribuir para a geração de inovação se revela fundamental na atual conjuntura, marcada pela agilidade das transformações em contextos social, econômico, político e tecnológico

**Descritores:** Inovação. Sistemas de Inovação. Cultura Organizacional..

---

<sup>a</sup> Doutoranda em Ciência da Informação pela Universidade Estadual Paulista (Unesp/Marília), e doutoranda em Formación en la Sociedad del Conocimiento pela Universidad de Salamanca (USAL), Espanha

<sup>b</sup> Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP).

## 1 NOVAO EM CONTEXTO ORGANIZACIONAL

A sociedade atual, definida na literatura pelos termos Sociedade da Informao e ou Sociedade do Conhecimento (QUEAU, 1998; CASTELLS, 1999; WERTHEIN, 2000; MATELLART, 2002) tem como caracterstica marcante a nova configurao dos mercados, agora globalizados e fortemente influenciados pelas Tecnologias de Informao e Comunicao (TIC). O grande diferencial de uma organizao no mais est em seu parque fabril ou em seus recursos imobilizados (mquinas e equipamentos), mas em recursos intangveis, como a inteligncia competitiva e a capacidade inovativa, recursos estes dependentes em grande escala do conhecimento individual e organizacional.

Nesta nova sociedade, em que as relao es econmicas so baseadas em conhecimento, os conceitos de centro e periferia na economia mundial tambm mudam: pode-se afirmar que, atualmente, o ncleo econmico mundial  composto por pases que detm conhecimento e tecnologia. Logo, a periferia dos mercados econmicos reside em pases que seguem produzindo com pouco valor agregado e baixa complexidade.

Um exemplo desse novo posicionamento dos pases na economia baseada em conhecimento, caracterstica da Sociedade da Informao e do Conhecimento, pode ser observado na Coria do Sul que, aps investimentos macios em educao, passou de pas perifrico  condio de pas desenvolvido.

Segundo Komninos (2002), estudos demonstram que entre os fatores que levam ao desenvolvimento dos pases, tais como qualificao profissional, investimentos, infraestrutura e competitividade, a inovao tem papel fundamental na incluso perifrica ou central das nao es na nova configurao global da economia, sendo o fator capaz de proporcionar melhoria na produtividade e riqueza, tanto no setor de produo quanto no de servios.

Os modelos econmicos e sua conformao geopoltica contempornea impem o acirramento da competio, de modo que a aplicao em processos produtivos ganha importncia e essencialidade, consolidando assim ambientes

inovadores, no intuito de estimular a gerao de riquezas e a promoo do bem-estar social, atravs do crescimento da produo de bens e servios com qualidade (BERTON; MATTOS, 2007).

Nesse contexto, “[...] devido a vantagens em tecnologias e maiores fluxos de informao, o conhecimento  cada vez mais percebido como um condutor central do crescimento econmico e da inovao” (MANUAL...,1997, p.15).

A inovao  uma questo de conhecimento – criar novas possibilidades por meio da combinao de diferentes conjuntos de conhecimentos. Estes podem vir na forma de conhecimento sobre o que  tecnicamente possvel ou de que configurao pode responder a uma necessidade articulada ou latente. Tal conhecimento pode j existir em nossa experincia, baseado em algo que j vimos ou experimentamos antes ou pode resultar de um processo de busca – busca por tecnologias, mercados, aoes da concorrncia etc. Tambm pode ser explcito em sua forma, codificado de modo que outros possam acess-lo, discuti-lo, transferi-lo etc. – ou pode existir de modo tcito: conhecido, mas sem formulao (TIDD; BESSANT; PAVITT, 2005, p.35).

Toda inovao, independente da natureza, do tipo ou abrangncia existe porque um conhecimento foi gerado e, em decorrncia disso, um produto ou processo foi criado ou significativamente melhorado. Segundo Albagli (2004) isso reflete um conceito mais amplo sobre inovao, no enfocando apenas o aspecto tecnolgico, pois valoriza o conhecimento em suas mltiplas formas, oriundo de prticas econmicas e socioculturais e, assim, destacando o papel dos indivduos nesse processo.

A inovao no , portanto, resultado do conhecimento tecnolgico isoladamente, mas fruto da interao e compartilhamento de conhecimentos explcitos e tcitos em diferentes ambincias.

Compreender o surgimento da inovao no contexto dos sistemas de produo e seu respectivo papel para o desenvolvimento da sociedade se revela de extrema importncia para as organizaoes que desejam atuar enfocando a gerao e a gesto de inovao. Nessa perspectiva, so temas das prximas seoes as abordagens Schumpeteriana e sistmica da inovao.

## 1 ABORDAGEM SCHUMPETERIANA DA INOVAO

O conceito de inovao em ambientes organizacionais surge na Sociedade Industrial, quando Schumpeter no incio do Sculo XX, em seu livro Teoria do Desenvolvimento Econmico, ao descrever o sistema de produo como um processo que se d pela combinao de materiais e foras (de trabalho) para atender a uma necessidade, considera a possibilidade do surgimento de ‘novas combinao’, que representam o que atualmente se denomina inovao. O autor afirma ainda que as inovao podem ser demandadas pelo mercado ou disponibilizadas pelos produtores no intuito de criar um novo mercado, atualmente conhecidos como “sistema puxado”, do original em ingls ‘*pull system*’ e “sistema de produo empurrada”, tambm do termo ingls ‘*push system*’.

Produzir significa combinar materiais e foras que esto ao nosso alcance [...]. Produzir outras coisas, ou as mesmas coisas com mtodos diferentes, significa combinar diferentemente esses materiais e foras. Na medida em que as novas combinao podem, com o tempo, originar-se das antigas por ajuste contnuo, mediante pequenas etapas, h certamente a mudana, possivelmente h crescimento, mas no um fenmeno novo nem um desenvolvimento em nosso sentido. Na medida em que no for este o caso, e em que as novas combinao aparecerem descontinuadamente, ento surge o fenmeno que caracteriza o desenvolvimento [...]. O desenvolvimento, no sentido que lhe damos,  definido ento pela realizao de novas combinao (SCHUMPETER, 1982, p. 48).

Ao definir os tipos de ‘novas combinao’ possveis, Schumpeter (1982), elenca cinco categorias que, de certa forma, descrevem tambm na atualidade tipos de inovao conhecidamente possveis:

- Introduo de um novo bem ou uma nova qualidade do bem;
- Introduo de um novo mtodo de produo;
- Abertura de um novo mercado;

- Conquista de uma nova fonte de mterias-primas ou bens semimanufaturados;
- Estabelecimento de uma nova organizao.

O autor esclarece que as novas combinaes, tambm chamadas de empreendimentos, podem ser realizadas pela organizao responsvel por uma ‘combinao anterior’, no entanto, é mais comum que se originem em novas empresas. Ressalta-se que não é seguro supor que a realizao de novas combinaes será exitosa simplesmente por contemplarem algo até então inexistente. Segundo Schumpeter (1982, p. 50) “[...] o desenvolvimento consiste primariamente em empregar recursos diferentes de uma maneira diferente, em fazer coisas novas com eles, independentemente de que aqueles recursos cresam ou não”.

Se um negócio não pode nunca ser absolutamente perfeito em qualquer sentido, pode, no entanto, com o tempo, aproximar-se de uma relativa perfeio, considerando-se o mundo ao redor, as condies sociais, o conhecimento do momento e do horizonte de cada indivíduo ou de cada grupo. Novas possibilidades continuamente são oferecidas pelo mundo circundante, em particular descobertas novas são continuamente acrescentadas ao estoque de conhecimento existente. Por que o indivíduo não deveria justamente fazer uso das novas possibilidades tanto quanto das antigas, e, conforme a posio de mercado, tal como ele a entende, criar porcos ao invés de vacas, ou até escolher uma nova rotao de culturas, se isso puder ser visto como mais vantajoso? E que tipo de fenmenos ou problemas novos especiais, não encontráveis no fluxo circular estabelecido, podem surgir da? (SCHUMPETER, 1982, p. 57).

Observa-se que a atividade inovativa  no início do Século XX, ainda concebida e conceituada de maneira experimental, e sujeita a oscilaes como, por exemplo, não ser aceita no mercado e na época em que se apresenta ou o desenvolvimento pode não ser exitoso por não ter se baseado em dados confiáveis.

Diante disso, é interessante notar o destaque dado por Schumpeter  importância do conhecimento no mundo dos negócios, sugerindo que as

organizaes precisam buscar constantemente a melhoria e, para tanto, considerar o contexto, as condies sociais e o conhecimento de cada grupo e de cada indivduo. As sugestes de Schumpeter eram bastante inovadoras para a Dcada de 1920, quando poucos se arriscavam a sair da rotina e pensar em novas combinaes;  poca, os poucos empresrios que propunham inovaes, assumiam o risco de tomar decises desprovidas de dados, pautados to somente em experincia e intuio.

## **2 ABORDAGEM SISTMICA DA INOVAO**

A partir da Dcada de 1980, com o advento das tecnologias, inicialmente em transportes e, posteriormente, em TIC, as relaes econmicas, de produo e de consumo se transformam significativamente. Os mercados deixam de ser locais, os concorrentes e fornecedores podem estar em qualquer parte do planeta. Os consumidores, agora diante da possibilidade de consumir um bem ou servio oferecidos globalmente, assumem um perfil mais exigente e consciente. Se destaca ainda, em especial no que tange a inovaes em servios, que os consumidores assumem a posio de cocriadores  medida em que compartilham conhecimentos construdos a partir da experincia de uso e, por conseguinte, contribuem para a melhoria significativa de determinado servio, resultando numa construo social (EDVARSSON, 2011). Todo esse panorama faz com que ‘novas combinaes’, isto , inovaes, sejam exigidas com uma velocidade alarmante.

Algumas correntes da literatura econmica de inspirao neo-schumpeteriana, chamada corrente evolucionria da economia, evidenciaram a passagem para um novo paradigma tcnico-econmico capitaneado e dinamizado pelas TIC. Ainda no seio do pensamento neo-schumpeteriano, se difunde a noo de ‘Economia do Conhecimento e do Aprendizado’ (LUNDVALL, 1992, FORAY; LUNDVALL, 1996), revelando o papel central da inovao em relao  competitividade e ao desenvolvimento, em suas dimenses individual, organizacional e territorial, entendendo-se por inovao a

introduo de novo produto, processo ou formato organizacional (ALBAGLI, 2009).

Essa nova corrente de autores, entre os quais se destacam Lundvall (1992) e Nelson (1993), passa a considerar a inovao como um processo colaborativo, que deve envolver diferentes *stakeholders*<sup>1</sup>. Surge o conceito de inovao como sistema, incorporando de maneira ampla a participao de instituies diversas, no compartilhamento de ideias, experincias, informaes e conhecimentos.

Ao considerar a concepo do SI em amplitude nacional Lundvall (1992) introduz o conceito de Sistema Nacional de Inovao (SNI), definido como a ao conjunta de diferentes agentes e suas respectivas relaes, que propiciam a produo, difuso e uso do novo – e economicamente til – conhecimento. Johnson (1992) define um SNI como a inter-relao de todos os fatores institucionais e estruturais de um pas que, geram, selecionam e difundem inovao.

Nelson (1993) define SNI como um conjunto de instituies que determinam, por meio de suas interaes, o desempenho inovativo das empresas. Edquist (1997) define SNI como todos os fatores econmicos, sociais, polticos, organizacionais e outros que influenciam o desenvolvimento, a difuso e o uso de inovaes.

O conceito encontra sustentaao e se difunde a partir da publicao do Manual de Oslo, pela Organizao para a Cooperao e Desenvolvimento Econmico (OCDE), em 1997. Fruto de discusses promovidas pela OCDE o documento destaca que a abordagem evolucionista entende a inovao como um sistema, no qual a gerao de conhecimento e tecnologia  promovida pela interao de vrios atores e fatores, e  capaz de influenciar significativamente a economia, na medida em que direciona quais produtos podem ser desenvolvidos e quais tecnologias so bem-sucedidas para um determinado contexto.

---

<sup>1</sup> Termo em ingls que significa ‘partes interessadas’. Utilizado em especial pela rea de Administrao para indicar diferentes agentes e ou organizaes atuando com um objetivo em comum.

### 3 O CARTER COLABORATIVO DOS SISTEMAS DE INOVAO

Um SI, de acordo com Lundvall (2002), tm como funo promover o desenvolvimento econmico, para isso deve ser formado por agentes pblicos e privados, em busca de soluoes coletivas e compartilhadas. Esses agentes, de acordo com Fischer (2000 *apud* PORCARO, 2005), podem ser reunidos em quatro blocos:

- **Setor manufatureiro:** composto pelas indstrias, atores centrais nos sistemas de inovao, em especial seus laboratrios de P&D, como desenvolvedores de pesquisas e desenvolvimento tecnolgico;
- **Setor cientfico:** fundamental  inovao tecnolgica,  composto pelas universidades e centros de pesquisa, instituioes de educao e treinamento organizacional. So fundamentais, tanto por serem responsveis pelo suprimento de cientistas, engenheiros, tcnicos, e demais profissionais qualificados, quanto por serem responsveis pela gerao e compartilhamento do conhecimento;
- **Setor de servios:** organizaoes ou departamentos de consultoria financeira, tcnica, tecnolgica, de marketing e treinamento, que assistem o setor industrial no desenvolvimento ou introduo de um novo produto ou processo;
- **Setor institucional:** composto por diferentes tipos de instituioes, formais e informais que regulam as relaoes entre os atores do sistema, reforando as suas capacidades de inovar, de gerenciar conflitos e de cooperar. So exemplos desse setor, associaoes de empregados, convenoes e normas de comportamento e expectativas.

Embora a literatura explore com mais nfase os sistemas em sua amplitude nacional,  importante ressaltar a viabilidade de implantao de SI tambm em mbitos regional e setorial. Caracterizados por polos geograficamente organizados, que renem instituioes de pesquisa,

universidades, agentes financeiros, empresas produtoras, empresas prestadoras de serviço e empresas fornecedoras mediante a vocação produtiva da região.

Os sistemas regionais de inovação podem desenvolver-se paralelamente aos sistemas nacionais de inovação. A presença, por exemplo, de instituições locais de pesquisa pública, grandes empresas dinâmicas, aglomerações de indústrias, capital de risco e um forte ambiente empresarial pode influenciar o desempenho inovador das regiões. Isso gera um potencial para contratos com fornecedores, consumidores, competidores e instituições públicas de pesquisa (MANUAL..., 1997, p. 48).

Por um lado, Porcaro (2005) explica que um SNI necessita desenvolver uma performance que congregue regiões ou países e, por outro lado, depende de distintas empresas e da interação realizada por elas, no que tange a geração de conhecimento, bem como de sua disseminação, uma vez que inovação e conhecimento são processos tanto interativos, quanto cumulativos dependentes de arranjos institucionais.

Porcaro (2005) destaca ainda que a geração de inovação não ocorre de maneira isolada, por essa razão é extremamente importante o papel das redes, no que tange ao estabelecimento de relações diretas e/ou indiretas entre distintas instituições, sejam públicas e/ou privadas, sejam nacionais e/ou internacionais.

O estabelecimento de redes de relacionamento entre os agentes de SI proporcionam relações interinstitucionais voltadas ao compartilhamento, acesso a recursos e aprendizagem coletiva, e tem papel estratégico no desempenho das atividades inovativas (DESIDÉRIO; POPADIUK, 2015).

Lundvall (1992) considera que o resultado mais importante da interação entre os agentes de um SI que, conseqüentemente promoverá a inovação, é o compartilhamento do conhecimento de cada um dos agentes, destaca que o conhecimento não está aprisionado nos setores/áreas de P&D, mas em toda a organização, inclusive nas atividades rotineiras de produção, distribuição e consumo. O autor explica que, assim como o conhecimento é o recurso mais

importante para a inovao,  a aprendizagem um processo fundamental para os sistemas de inovao.

As formas importantes de aprendizagem decorrem da aprendizagem interativa, ou seja, do envolvimento dos agentes componentes do SI, caracterizados por empresas (produtoras, parceiras, concorrentes, fornecedoras, clientes), centros de pesquisa, laboratrios, universidades, instituioes de financiamento, entre outros, que por meio de interaoes entre si, promovem o compartilhamento de conhecimentos explcitos e tcitos, ampliando a base de conhecimento e, por consequncia, geram novos conhecimentos e criam ambientes propcios  inovao. A interao ocorre em diferentes perspectivas e ambincias do SI. Porcaro (2005) destaca quatro diferentes tipos de interao entre os agentes de um SI (Figura 1).

**Figura 1: Interaoes entre Agentes de SI.**



Fonte: Elaboraco prpria, baseada em Porcaro (2005).

A interao entre os diferentes agentes de um SI, amplifica as possibilidades de compartilhamento do conhecimento e, por conseguinte, a produo de novos conhecimentos que podem subsidiar a gerao de inovaoes no mbito do SI. Nessa perspectiva, criar situaoes e espaos de

interaço entre os agentes  importante pois resulta na intensificao da atividade inovativa.

Partindo do postulado de que o conhecimento  o recurso mais importante de um SI, e a aprendizagem interativa  o processo capaz de elevar a gerao de conhecimento, entende-se que dois subsistemas devem receber ateno especial nos sistemas de inovao: o primeiro est relacionado ao desenvolvimento das pessoas nas organizaoes, em todos os nveis dos sistemas de inovao (manufatura, cientfico, servios e institucionais), pois so elas, as pessoas, que geram, compartilham e aplicam o conhecimento para o desenvolvimento de atividades inovativas. O segundo congrega os integrantes do setor cientfico, os centros de pesquisa e tecnologia, que possuem papel fundamental no intercmbio de inovao, porquanto permite que a inovao e os respectivos conhecimentos demandados e gerados sejam compartilhados alm dos muros da empresa de origem. Alm disso, ao regular as atividades de controle, registro e disseminao de propriedade intelectual e industrial, reduzem os custos de possveis duplicaoes de esforos em pesquisas e estabilizam as condioes competitivas, uma vez que as empresas podem concentrar esforos em seus desenvolvimentos propriamente ditos (LUNDVALL, 2002).

Lundvall (2002) ainda ressalta que o elemento mais importante do processo de inovao so as pessoas e, por essa razo, h uma relao direta entre a inovao e a aprendizagem dos indivduos e, estas por sua vez, influem nas organizaoes e nas regioes, provocando situaoes duais de cooperao e competio, em especial no que tange a produo, compartilhamento e disseminao de conhecimento.

O SI , portanto, um produto da economia baseada em conhecimento que, por sua vez, existe e se desenvolve mediante a interatividade entre os agentes do SI, exigindo uma postura de aprendizagem ativa e constante, em mbito individual e organizacional, contexto no qual  imprescindvel atentar para questoes relacionadas  cultura organizacional.

#### **4 CULTURA ORGANIZACIONAL VOLTADA  INOVAO**

---

De acordo com Takeuchi e Nonaka, (2008), a gerao e o compartilhamento do conhecimento s existem pela ao das pessoas, apenas as pessoas podem gerar um novo conhecimento que ser compartilhado e usado para a gerao da inovao que, por sua vez, exige interao social interna e externa  organizao. Segundo Marchiori (2008), todo o comportamento das pessoas na organizao  influenciado e influencia a cultura organizacional. A assertiva  ratificada por Srour (1998) e por Garcia e Fadel (2010) ao afirmarem que a cultura est impregnada nas organizaes.

Basta entrar em qualquer grande organizao para logo ser assaltado por uma presena informe. Paira no ar um mistrio que faz as vezes de esfinge e que sugere, no silncio de sua carranca, a famosa frase: “decifra-me ou te devoro”. A arquitetura, do ambiente, os mveis e os quadros embutem algo que os gestos desenham. As cores, os movimentos do pessoal e os equipamentos evocam o que as palavras celebram. E, de forma curiosa, os agentes individuais habitualmente to diversos entre si, assemelham-se nos ritmos e jeitos. O ar parece vibrar, impregnado por sutis reverncias e por contdos furtivos, por mil cumplicidades que cdigos e jarges disfaram (SROUR, 1998, p. 167).

Embora Srour (1998) apresente traos metafricos e uma dose de humor, retrata de maneira interessante a cultura organizacional que, segundo Fadel (2009), congrega elementos como crenas, histrias, mitos, heris, tabus, normas e rituais. Schein (2007) postula que a cultura organizacional  formada por:

- Artefatos como padres arquitetnicos, leiaute fsico, estilo de trabalho e comportamento dos funcionrios;
- Valores que fundamentam prticas formais e informais, geralmente expressados em estratgias, objetivos, valores e filosofias;

- Certezas fundamentais que compreendem crenas, percepoes pensamentos e sentimentos, geralmente inconscientes.

De acordo com (SCHEIN, 2007, p. 28),

A cultura  importante porque  um poderoso e muitas vezes ignorado conjunto de foras latentes que determinam o comportamento, a maneira como se percebem as coisas, o modo de pensar e os valores tanto individuais como coletivos. A cultura organizacional em particular importa porque os elementos culturais determinam a estratgia, os objetivos e o modo de operao da empresa. Os valores e o modo de pensar de lderes e de gerentes seniores so parcialmente determinados pela herana cultural de cada um e pelas experincias que compartilham.

A cultura , portanto, produto natural das interaoes sociais, logo, dificilmente pode ser planejada e presumvel afirma Marchiori (2008). No entanto, questes culturais no levadas em conta pela organizao podem causar impactos negativos ou mesmo impedir o desenvolvimento de estratgias propostas. Alm disso, a cultura, no nvel mais profundo, “[...] pode ser vista como os modelos mentais compartilhados que os membros de uma organizao adotaram e admitiram como corretos” (SCHEIN, 2007, p. 36). Por esta razo alterar padres culturais requer tempo e ateno. No entanto, embora estvel, a cultura organizacional no  esttica e, as organizaoes precisam perceber “[...] a cultura organizacional como uma interpretao coletiva da realidade” (FADEL, 2009, p. 4).

Nessa perspectiva, promover uma cultura organizacional voltada  inovao e ao compartilhamento do conhecimento tcito faz-se necessrio para todas as organizaoes que pretendem evoluir ou simplesmente sobreviver na sociedade atual.

Fadel (2009) explica que a Sociedade da Informao gera caminhos para o desenvolvimento e estabelece novas maneiras de agir e reagir s mudanas sociais. Assim, os processos de transformao exigem o planejamento de aoes que propiciem a produo e a disseminao de

contedos que atendam aos interesses sociais e culturais de um determinado pas, desde que respeite sua histria, cultura e identidade.

## 5 CONSIDERAOES FINAIS

Refletir acerca da gerao e gesto da inovao  de fundamental importncia na atual Sociedade da Informao e do Conhecimento, especialmente nos mbitos organizacional e acadmico, compostos por organizaoes potencialmente integrantes de sistemas inovativos.

Nessa perspectiva, ratifica-se que a inovao no deve ser compreendida como uma atividade isolada de uma organizao, mas sim a partir do enfoque sistmico, baseado na interao de diferentes agentes para o compartilhamento de conhecimentos que subsidiaro a gerao de inovao na atual sociedade, marcada pela agilidade das transformaoes em contextos social, econmico, poltico e tecnolgico.

Considerando que a cultura organizacional pode potencializar ou prejudicar a interao entre os agentes de SI, alerta-se para a necessidade de promover uma cultura organizacional voltada ao compartilhamento e  inovao tanto no mbito de cada um dos agentes, como no mbito do SI de maneira global, a fim de oferecer um contributo importante no que tange ao desenvolvimento, manuteno e sucesso dos sistemas inovativos.

Diante do exposto, se destaca que, tendo em vista o carter colaborativo dos SI, a presena de culturas organizacionais voltadas  inovao e ao compartilhamento de conhecimento so de extrema importncia para a efetividade dos SI e, conseqentemente, para a gerao de inovaoes e o desenvolvimento das regies e naoes em que esto inseridos.

## REFERNCIAS

ALBAGLI, S. A nova centralidade do imaterial e o desafio do desenvolvimento sustentvel. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentao**: Nova Srie, v.5, n.1, p.104-116, jan./abr. 2009.

ALBAGLI, S; MACIEL, M. L. Informao e conhecimento na inovao e no desenvolvimento local. **Cincia da Informao**, Braslia, v.33, n.3, p.9-16, set./dez. 2004.

BERTON, M. A. M. A.; MATTOS, F. A. M. Gerao e aplicao do conhecimento para a inovao: vises sobre a mudana do paradigma de produo. **ETD - Educao Temtica Digital**, v.9, n.1, p.49-68, dez. 2007.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. So Paulo: Paz e Terra, 1999. 617p. (A Era da Informao: economia, sociedade e cultura, v.1)

DESIDRIO, P. H. M.; POPADIUK, S. Redes de inovao aberta e compartilhamento do conhecimento: aplicaes em pequenas empresas. **Revista de Administrao e Inovao**, v.12, n.2, p.110-129, abr./jun. 2015.

EDQUIST, C. Systems of innovation approaches: Their emergence and characteristics. In: EDQUIST, C. (Ed.). **Systems of innovation: Technologies, institutions and organizations**. London; Washington: Pinter; 1997.

EDVARDSSON, B.; TRONVOLL, B.; GRUBER, T. Expanding understanding of service exchange and value co-creation: a social construction approach. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v.39, n.2, p.327-339, 2011.

FADEL, B. Identidad cultural y gestin de la informacin y del conocimiento en las organizaciones en cambio. **Ibersid: Revista de Sistemas de Informacin y Documentacin**, Zaragoza, v.3, p.1-8, 2009. Disponvel em: <<http://ibersid.eu/ojs/index.php/ibersid/article/view/3723/3484>>. Acesso em: 10 out. 2016.

FISCHER, M. M. Innovation, knowledge creation and systems of innovation. In: EUROPEAN CONGRESS OF THE REGIONAL SCIENCE ASSOCIATION, 40., 2000, Barcelona. **The Annals of Regional Science 2000**. Disponvel em: <http://www-sre.wu-wien.ac.at/ersa/ersaconfs/ersa00/pdf-ersa/pdf/43.pdf>. Acesso em: 21 maio 2012.

FORAY, D.; LUNDEVALL, B. From Economics of knowledge to the learning economy. In: **Employment and growth in the knowledge-based economy**. Paris: OECD, 1996.

GARCIA, R.; FADEL, B. Cultura organizacional e as interferncias nos fluxos informacionais. In: VALENTIM, M. L. P. (Org.). **Gesto, mediao e uso da informao**. So Paulo: Cultura Acadmica, 2010. <Disponvel em: [http://www.culturaacademica.com.br/catalogo-detalhe.asp?ctl\\_id=115](http://www.culturaacademica.com.br/catalogo-detalhe.asp?ctl_id=115)>. Acesso em: 10 maio 2012.

JOHNSON, B. Institutional Learning. In: LUNDEVALL, B. A. (Ed.). **National systems of innovation: Towards a theory of innovation and interactive learning**. London: Pinter Publishers, 1992.

KOMNINOS, N. **Intelligent cities**: Innovation, knowledge systems, and digital spaces. London: Spon Presso, Taylor & Francis, 2002.

LUNDEVALL, B. A. (Ed.). **National systems of innovation**: Towards a theory of innovation and interactive learning. London: Pinter Publishers, 1992.

LUNDEVALL, B. A; et.al. National systems of production, innovation and competence building. **Research Policy**, v.31, n.2, p.213 -231, fev. 2002.

MANUAL de Oslo: diretrizes para coleta e interpretao de dados sobre inovao. 3.ed. [S.L.]: OECD; FINEP, 1997. 184p.

MARCHIORI, M. **Cultura e comunicao organizacional**: Um olhar estratgico sobre a organizao. 2.ed. So Caetano, SP: Difuso, 2008.

MATTELART, A. Historia da sociedade da informao. So Paulo: Loyola, 2002. 196p.

NELSON, R. **National innovation systems**. Oxford: Oxford UP, 1993.

PORCARO, R. M. Indicadores da sociedade atual: informao, conhecimento, inovao e aprendizado intensivos. A perspectiva da OECD. **DataGramZero**, Rio de Janeiro, v.6, n.4, ago. 2005.

QUEAU, P. A revoluo da informao: em busca do bem comum. **Cincia da Informao**, Braslia, v.27, n.2, p.198-205, maio/ago. 1998.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econmico**. So Paulo: Abril Cultural, 1982.

SCHEIN, E. H. **Guia de sobrevivncia da cultura corporativa**. 2.ed. Rio de Janeiro: Jos Olympio, 2007.

SROUR, R. R. **Poder, cultura e tica nas organizaoes**. 5.ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

TAKEUCHI, H.; NONAKA, I. **Gesto do conhecimento**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. **Gesto da Inovao**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

WERTHEIN, J. A sociedade da informao e seus desafios. **Cincia da Informao**, Braslia, v.29, n.2, p.71-77, maio/ago. 2000.

## THE CONTRIBUTION OF INNOVATION SYSTEMS AND ORGANIZATIONAL CULTURE FOR INNOVATION GENERATION

### ABSTRACT

**Introduction:** Emphasizes the role of innovation in the Information and Knowledge Society as a favorable element of developing regional, national and global levels. **Objective:** The aim is reflect about the coming of innovation in the context of production systems and their respective role for the development of society. **Methodology:** The research sets up a qualitative approach to literature and exploratory nature. **Results:** As from selected literature review, presents conceptual aspects of innovation in the context of production systems and analyzes its contribution to the national innovation system and the role of organizational culture focused on innovation. **Conclusions:** Think about innovation from the systemic approach, based on the interaction of the different relevant agents to influence and contribute to the generation of innovation is fundamental in the current conjuncture, characterized by the agility of the transformations in social, economic, political and technological contexts.

**Keywords:** Innovation. Innovation Systems. Organizational Culture.

## LA CONTRIBUCI3N DE LOS SISTEMAS DE INNOVACI3N Y DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL PARA LA GENERACI3N DE LA INNOVACI3N

### RESUMEN

**Introducci3n:** Se destaca el papel de la innovaci3n en la Sociedad de la Informaci3n y del Conocimiento como un elemento propiciador del desarrollo en niveles regional, nacional y mundial. **Objetivo:** Reflexionar sobre el surgimiento de la innovaci3n en el contexto de los sistemas de producci3n y su respectivo papel para el desarrollo de la sociedad. **Metodologa:** La investigaci3n se configura por un enfoque cualitativo de naturaleza bibliogrfica y exploratoria. **Resultados:** A partir de anlisis de la bibliografa seleccionada, presenta aspectos conceptuales de la innovaci3n en el contexto de los sistemas de producci3n y analiza su contribuci3n a lo sistema nacional de innovaci3n y el papel de la cultura organizacional enfocada en la innovaci3n. **Conclusiones:** Pensar la innovaci3n desde el enfoque sist3mico, basado en la interacci3n de los diferentes actores relevantes para influir y contribuir a la generaci3n de la innovaci3n es fundamental en la actual coyuntura, marcada por la velocidad de los cambios en contextos tecnol3gico, social, econ3mico y poltico.

**Palabras-Clave:** Innovaci3n. Sistemas de Innovaci3n. Cultura Organizacional.