

SOCIOLOGIA DA INOVAÇÃO
A Construção Social das Técnicas e dos Mercados
[Luísa Oliveira, 2008, Lisboa, Celta Editora]

Luísa Veloso

O livro *Sociologia da Inovação. A Construção Social das Técnicas e dos Mercados*, da autoria de Luísa Oliveira, encerra uma excelente reflexão sociológica acerca da problemática da inovação. A autora propõe um olhar alternativo e complementar ao desenvolvido pelos economistas, com destaque para a assunção segundo a qual os processos de inovação são indissociáveis das lógicas dos mercados. As expressões plurais não são acidentais, mas antes procuram salientar a heterogeneidade de realidades que se podem encontrar quando se foca a problemática da inovação.

Assumindo o livro como uma descrição da “trajectória de investigação” (p. 1), a autora propõe uma estrutura que reflecte o processo de construção da pesquisa realizada. Ao longo dos seus seis capítulos, é clara a forma como se vai configurando uma problematização sociológica da inovação, tendo o seu início numa reflexão crítica sobre o conceito de inovação e o seu culminar na apresentação de dois estudos de caso. A obra propõe uma resenha bastante completa e dotada de reflexão crítica sobre a produção teórica acerca da problemática da inovação. Com referências da economia e da sociologia, procura destacar, pelas razões acima apresentadas, o carácter heurístico de análises como as de Michel Callon ou de Joseph Schumpeter.

Do ponto de vista da reflexão teórica sobre a inovação, destacam-se, essencialmente, quatro pontos neste livro. Um primeiro diz respeito à discussão centrada no conceito de inovação e em todos aqueles que a ele se encontram associados. Na medida em que, mais do que um conceito, se trata de uma problemática, é fundamental o trabalho da autora na explicitação da rede conceptual que gravita em torno do conceito de inovação. Um segundo elemento a destacar é a ênfase conferida à mediação desempenhada pelos mercados. Com esta abordagem, é dado um contributo essencial para a análise da inovação como um processo social e cuja construção é intermediada por uma multiplicidade de factores, de entre os quais assumem um papel central as possibilidades e estratégias de comercialização de produtos tidos como inovadores. Uma terceira reflexão é relativa ao destaque conferido aos actores da inovação. É uma questão que se articula de perto com o que foi acima referido acerca do entendimento da inovação como um processo socialmente construído (também pelos seus actores), assim como com as relações entre eles. Aqui adquire relevo a “teoria do actor-rede”, desenvolvida, em particular, por Michel Callon. A rede como actor de inovação permite problematizar a inovação como um processo (e seus resultados) complexo que contempla entidades humanas e não humanas. Um quarto e último ponto prende-se com a preocupação da autora em propor um quadro analítico explicitamente ancorado no que designa por “sociologia da inovação” (p. 79), centrada na “produção social da inovação (*ibidem*). Esta

proposta conceptual e analítica constitui um ponto de partida importante para entender os processos de inovação, em complementaridade com os trabalhos que têm sido desenvolvidos pelos economistas.

De entre os vários actores que contribuem para a constituição de redes de inovação, integrando-as, a autora centra-se nas empresas. Estas são o ponto de partida para uma análise das redes. A autora não assume uma análise das empresas como actores centrais da inovação, mas como constitutivos de redes que podem ser perspectivadas e analisadas de múltiplos pontos de vista. Abre assim um campo fértil de análise para a compreensão das redes de inovação, as quais constituem um domínio de investigação frutífero do lado, nomeadamente, das universidades e dos centros de investigação ou dos poderes públicos. É de salientar que a escolha da autora de seleccionar as empresas para a análise empírica (sempre como ponto de partida, pois o objectivo é o estudo das redes) se relaciona com a importância destas na produção da inovação, nomeadamente pela sua acção directa na construção dos mercados. Neste sentido, inovação e mercado constituem um par conceptual indissociável.

Os capítulos 5 e 6 são dedicados à apresentação de dois estudos de caso, salientando, desde logo, o facto de as empresas portuguesas participarem de uma forma muito escassa nas actividades de ciência e tecnologia. Contrasta duas empresas cujas actividades se integram num sector baseado na ciência: o das tecnologias da informação e comunicação. A empresa E1 (ver capítulo 5) constitui um caso de uma empresa cujas actividades contemplam uma forte ligação à universidade. A empresa E2 (ver capítulo 6) é uma subsidiária de uma empresa multinacional, com relações muito ténues com a universidade portuguesa. São dois casos distintos que constituem exemplos paradigmáticos da realidade portuguesa e, logo, possibilitam perspectivar as relações entre ciência e indústria a partir de realidades suficientemente diferenciadas.

Várias conclusões são apontadas pela autora, frisando a necessidade de uma reflexão sobre as relações entre ciência e indústria. São múltiplos os enfoques possíveis, inúmeras as pistas de análise e extensos os actores e as redes a analisar. Com a percepção que fica de que estas redes ultrapassam, amplamente, o território nacional.

O livro de Luísa Oliveira, para além de facultar um olhar rigoroso e amplamente distanciado de uma perspectiva imbuída de conotações de pendor ideológico sobre a inovação (um risco que sempre se corre quando se abordam temas de elevado interesse político), constitui uma reflexão crítica acerca da problemática da inovação e lança inúmeras propostas de reflexão teórica e de pesquisa empírica constitutivas de um terreno fértil de investigação nos estudos sociais da ciência.

Luísa Veloso. Investigadora do CIES, ISCTE-IUL. *E-mail*: luisa.veloso@iscte.pt