

REDES SOCIAIS EM ARTIGOS SOBRE INOVAÇÃO PUBLICADOS EM PERIÓDICOS INTERNACIONAIS

SOCIAL NETWORKS IN ARTICLES ON INNOVATION PUBLISHED IN INTERNATIONAL JOURNALS

ILSE MARIA BEUREN¹
ALEKSANDER RONCON²

RESUMO

Este estudo objetiva identificar as redes sociais formadas na área de inovação, a partir da análise dos artigos publicados em periódicos internacionais. Um estudo bibliométrico e sociométrico foi realizado nos periódicos *International Business Review*, *Journal International Management* e *Journal of Organizational Change Management*. Dos 1.219 artigos publicados, 598 abordaram sobre o tema de inovação. Na análise dos dados utilizou-se estatística descritiva e para a confecção das redes de cooperação entre os autores e coautores utilizou-se o *software* UNICET[®] 6. Os resultados da pesquisa mostram que a rede de cooperação formada não é muito densa e o conhecimento gerado é formado por grupos de pesquisa, nos quais o autor central é Pavlos Dimitratos, seguido por S. Tamer Cavusgil, Tony Fang, Hinrich Voss, Ali E. Akgün e Halit Keskin. Ainda, que os autores mais referenciados pelos pesquisadores são J. Dunning, P. Buckley e J. Johanson.

Palavras-chave: Inovação, Bibliometria, Redes Sociais.

ABSTRACT

This study aims to identify the social networks formed in the area of innovation based on the analysis of articles published in international journals. A sociometric and bibliometric study was conducted on the journals *International Business Review*, *Journal of International Management*, and *Journal of Organizational Change Management*. Of the 1219 articles published, 598 approached the innovation topic. In the data analysis descriptive statistics was used, and to construct the cooperation networks among the authors and co-authors the software UNICET[®] 6 was used. The research results show that the cooperative network formed is not very dense and the knowledge generated is formed by research groups, in which the main author is Pavlos Dimitratos, followed by S. Tamer Cavusgil, Tony Fang, Hinrich Voss, Ali E. Akgün and Halit Keskin. Also, that the most referenced authors by researchers are J. Dunning, P. Buckley and J. Johanson.

Keywords: Innovation, Bibliometrics, Social Networks.

1 INTRODUÇÃO

Diversos estudos em administração evidenciam que o tema inovação, nos últimos anos, ganha importância entre os diversos pesquisadores que vêm estudando o assunto,

Data de submissão: 12/04/2015. Data de aceite: 01/05/2016. Data de publicação: 30/06/2016.

¹ Doutora em Controladoria e Contabilidade pela FEA/USP, Professora do Programa de Pós-Graduação em Contabilidade da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC.

² Mestre em Administração pelo Centro Universitário Salesiano São Paulo.

tornando o conceito mais robusto e complexo (SCHUMPETER, 1911, 1982; DOSI, 1982; VAN DE VEN; POOLE, 1990; DAMANPOUR, 1991; ROTHWELL, 1994; AFUAH, 2003; TIDD, BESSANT, PAVITT, 2005; HAMEL, 2006). A evolução do tema foi impulsionada pela necessidade constante de adaptação ao ambiente de negócios cada vez mais competitivo, no qual a inovação torna-se um diferencial competitivo para as organizações.

Estudos que analisam a produção científica sobre inovação contribuem para o desenvolvimento do tema por meio de pesquisas na área, além de incentivarem a construção e a disseminação do assunto (BIGNETTI, 2006; BIGNETTI; CAPRA; THOMAS, 2008; DE MUYLDER *et al.*, 2008; GOMES; MACHADO NETTO; GIOTTO, 2011; ROPELATTO; SILVEIRA; MACHADO NETTO, 2010). Revelam também a importância da formação de redes sociais entre os pesquisadores do tema, visto que se verifica uma substancial evolução do estudo das redes sociais no ambiente acadêmico nas últimas décadas (BALESTRIN; VERSCHOORE; REYES, 2010).

As redes sociais, de acordo com Wasserman e Faust (1994), compreendem um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos) e suas conexões. Esta rede é “considerada de tal modo aberta e heterogênea que, a princípio, é possível estabelecer todo e qualquer tipo de conexão” (LATOURET, 1994, p. 34). As redes sociais nas ciências, segundo Marteletto e Silva (2004), são compostas de indivíduos, grupos ou organizações e sua dinâmica volta-se para a perpetuação, a consolidação e o desenvolvimento das atividades de pesquisa e de produção científica conjunta dos seus membros.

As redes sociais se constituem a partir da cooperação entre diversos pesquisadores com o intuito de disseminar o conhecimento científico. Estabelecer redes entre autores de artigos de periódicos internacionais “pode constituir-se condição ideal para aumentar o volume e a qualidade da produção científica brasileira” (GUIMARÃES *et al.*, 2009, p. 1).

Depreende-se do exposto a relevância de identificar os pesquisadores que publicaram sobre inovação, foco deste estudo, bem como analisar a produção científica internacional sobre o tema por meio das redes de relacionamento construídas entre os pesquisadores. Assim, elaborou-se a seguinte questão de pesquisa: Quais são as redes sociais formadas na área de inovação que podem ser identificadas nos artigos publicados em periódicos internacionais no período de 2006 a 2012? O objetivo do estudo é identificar as redes sociais formadas na área de inovação a partir da análise dos artigos publicados em periódicos internacionais no período de 2006 a 2012.

Este estudo justifica-se visto que o tema tem despertado o interesse de diversos pesquisadores em estudos que visam entender as redes sociais na esfera da produção científica, com o intuito de mensurar a troca e a construção do conhecimento científico no campo das ciências sociais aplicadas. Conhecer características dos artigos de periódicos internacionais, por meio da análise de redes sociais formadas pelos atores, se configura como uma forma de aprofundar e ampliar o assunto sobre inovação.

2 INOVAÇÃO

A inovação é um processo que busca transformar novas ideias em oportunidades e colocá-las em prática, bem como o ato ou efeito de inovar, de tornar algo novo, de introduzir uma novidade (TIDD; BESSANT; PAVITT, 2005). Capaz de transformar uma organização, considera-se a inovação uma resposta às mudanças ocorridas no seu ambiente interno ou externo, bem como uma ação preventiva adotada para influenciar estes

ambientes (DAMANPOUR, 1991). É o resultado de ações desenvolvidas nas várias áreas da organização (CUNHA, 2005; TIDD; BESSANT; PAVITT, 2005; SAWHNEY; WOLCOTT; ARRONIZ, 2006; HIDALGO; ALBORS, 2008).

Inovação pode ser definida como uma ideia, prática ou um bem material que é percebido como novo e de relevante aplicação (ZALTMAN; DUNCAN; HOLBEK, 1973), ou ainda como a adoção de um dispositivo comprado ou produzido internamente, podendo ser um sistema, programa, processo, produto ou serviço novo para a empresa adotante (DAMANPOUR, 1991). Inovação é compreendida como qualquer ideia ou produto percebido pelo consumidor potencial como sendo novo (ENGEL; BBACKWELL; MINIARD, 2000).

Implica um novo produto ou serviço, um novo processo tecnológico em produção, uma nova estrutura ou sistema administrativo, um novo plano, um programa relacionado aos membros da organização (DAMANPOUR, 1991). Podem ser considerados novos quando seu custo é baixo, seus atributos são melhorados ou inexistentes no mercado (AFUAH, 2003). Assim, a inovação pode ser vista como a adoção de uma ideia existente, mas que é considerada nova para a organização que a adota, incluindo-se novos procedimentos, sistemas ou arranjos sociais (DOSI, 1988; PENNING, 1998; AFUAH, 2003).

A inovação envolve a disponibilização de uma invenção ao consumo em larga escala, visto que enquanto não forem levadas à prática, as invenções são economicamente irrelevantes (TÁLAMO, 2002). A distinção entre inovação e invenção baseia-se no impacto econômico decorrente da introdução no mercado (SCHUMPETER, 1954). Existem diversas etapas a serem cumpridas entre uma invenção e o consumidor final, passando pelas diversas atividades funcionais de uma empresa, tais como desenvolvimento, logística, compras, produção, entre outros (TÁLAMO, 2002).

O precursor na distinção entre inovação e invenção foi Schumpeter (1954). Para o autor, as invenções relacionam-se com descobertas científicas que podem permanecer muito tempo sem utilidade para o mercado e não afetar o sistema econômico. Já uma inovação pode assumir várias formas e não necessariamente uma que seja novidade na proporção de uma invenção. A inovação pode ocorrer por meio da aplicabilidade de uma ideia já existente a uma nova forma de operacionalizá-la ou a uma nova situação (SCHUMPETER, 1982, p. 62).

O processo de inovação pode ser entendido como a busca e descoberta, experimentação, desenvolvimento, imitação e adoção de novos produtos, processos de produção e novas formas organizacionais (DOSI, 1988). O processo de inovação é a invenção e implementação de novas ideias, que são desenvolvidos por pessoas, que transacionam com outras pessoas ao longo do tempo, dentro de um contexto institucional, e que geram resultados dos seus esforços e ações (VAN DE VEN; POOLE, 1990).

Os tipos de inovação citados mais frequentemente na literatura são identificados como inovação administrativa, tecnológica, produto, processo, radical e incremental. Com a intenção de facilitar a descrição de cada tipologia, pesquisadores agrupam estes tipos de inovação em administrativa e tecnológica, produto e processo e radical e incremental (KNIGHT, 1967; DAFT, 1978; KIMBERLY; EVANISKO, 1981; DAMANPOUR; EVAN, 1984; DAMANPOUR, 1991; COOPER, 1998).

Inovações administrativas e tecnológicas, conforme Daft (1978), culminam em processos diferentes de tomada de decisão por parte das organizações. Enquanto a inovação administrativa relaciona-se com a estrutura da organização e seus processos administrativos numa dimensão gerencial, a inovação tecnológica relaciona-se ao processo de produção tecnológico de produtos e serviços (KNIGHT, 1967; DAFT, 1978; KIMBERLY; EVANISKO, 1981;

DAMANPOUR; EVAN, 1984).

Inovações de produto e processo apresentam algumas diferenciações. Compreende-se a inovação no processo por meio dos elementos que se agregam ao processo de operações como a adição de materiais, as tarefas, os instrumentos ou o fluxo de determinados mecanismos na produção, bem como na distribuição de produtos ou na prestação serviços (KNIGHT, 1967; UTTERBACK; ABERNATHY, 1975; JONASH; SOMMERLATTE, 2001). Produtos ou serviços inovadores são aqueles criados com o intuito de atender às necessidades encontradas no mercado para satisfazer necessidades de clientes (JONASH; SOMMERLATTE, 2001).

Inovações radicais, de acordo com Van de Ven e Poole (1990), são aquelas que mudam completamente a ordem das coisas, tornando obsoletas ou talvez mudando completamente a maneira dos negócios. Inovações incrementais, para os autores, são aquelas que apresentam somente uma melhoria sobre os negócios existentes.

Por ser a inovação um processo contínuo, as empresas realizam constantemente mudanças em produtos e processos e buscam novos conhecimentos (OCDE, 2005). Para empreender esse movimento, faz-se necessário que as organizações sejam capazes de diferenciar os tipos de inovação a que estão sujeitos no sentido de ajustar seu comportamento organizacional e identificar os respectivos pontos fortes e fracos no seu desenvolvimento (DOWNS; MOHR, 1976; DAMANPOUR, 1991; TIDD; BESSANT; PAVITT, 2005).

Segundo o Manual de Oslo, uma empresa pode realizar vários tipos de mudanças 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 (OCDE, 2005). Define ainda quatro tipos de inovações, conforme exposto no Quadro 1, que encerram um amplo conjunto de mudanças nas atividades das empresas: inovações de produto, inovações de processo, inovações organizacionais e inovações de marketing.

Quadro 1 – Tipos de inovação

Tipos de Inovação	Descrição
Inovações de produto	Envolvem mudanças significativas nas potencialidades de produtos e serviços. Incluem-se bens e serviços totalmente novos e aperfeiçoamentos importantes para produtos existentes.
Inovações de processo	Representam mudanças significativas nos métodos de produção e de distribuição
Inovações organizacionais	Relacionada ao desenvolvimento de novos métodos de inserção e exploração do mercado, resultando em novos negócios que conduzem a vantagens competitivas.
Inovações de marketing	Envolvem a implementação de novos métodos de marketing, incluindo mudanças no <i>design</i> do produto e na embalagem, na promoção do produto e sua colocação.

Fonte: OCDE (2005).

De acordo com Damanpour (1991), diversas inovações caracterizam-se em mais de um tipo de inovação, o que pode transformá-las em um processo difícil e enganoso de interpretação, no que tange aos tipos de atividades de inovação assumidas pelas empresas. As inovações que abrangem mais de um tipo, tais como as que incluem um componente de processo e um organizacional, podem exercer um papel crescentemente importante na competitividade da empresa em seus ganhos de produtividade (ROGERS, 1995).

O elemento básico para a diferenciação dos conceitos relativos a inovações em processos e organizacionais é que as primeiras estão ligadas a novos equipamentos,

softwares, técnicas ou procedimentos; e as segundas se relacionam principalmente com as pessoas e com a organização do trabalho (OCDE, 2005). A diferença entre a inovação radical e incremental se refere à intensidade e extensão da mudança causada para o alcance da inovação. A inovação radical será aquela cujas mudanças serão maiores e mais extensas se comparada com o estágio inicial. Do contrário ocorre uma inovação incremental, na qual as mudanças ocorrem a partir do incremento gradativo de inovações sequenciais (DAMANPOUR, 1991; ROGERS, 1995).

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

O estudo bibliométrico e sociométrico foi realizado a partir de pesquisa documental. As pesquisas bibliométricas, segundo Macia-Chapula (1998, p. 134), compreendem “o estudo dos aspectos quantitativos da produção, disseminação e uso da informação registrada”. As pesquisas sociométricas voltam-se à exploração da matriz de relacionamentos oriunda dos atores sociais (GALASKIEWCZ; WASSERMAN, 1994).

A pesquisa documental pautou-se em artigos científicos publicados em periódicos internacionais classificados no estrato A1 do Qualis CAPES. Este *ranking* de periódicos é disponibilizado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), órgão do governo federal que avalia os programas de pós-graduação com cursos de mestrado e doutorado no Brasil. Dentre o estrato A1, classificação de qualidade máxima de um periódico, selecionaram-se de forma intencional os periódicos *International Business Review*, *Journal International Management* e *Journal of Organizational Change Management*.

A forma intencional da escolha dos periódicos decorre de investigações anteriores, em que estes periódicos se destacaram na coleta de artigos sobre o tema inovação. O período de publicações considerado aleatoriamente foi dos anos de 2006 a 2012, sendo que o último ano está incompleto, uma vez que o levantamento de dados foi efetuado no mês de julho de 2012. Para a seleção dos artigos publicados nestes periódicos consideraram-se os que continham em seu título, resumo e/ou palavras-chave os termos *innovation*, *innovatiness* ou *innovación*.

Após a coleta dos artigos, construiu-se uma planilha eletrônica no *Microsoft Office Excel* para cada periódico, contendo o número de artigos, o ano de publicação, o título do artigo, os autores, os coautores e as referências. Para a análise das redes sociais estabelecidas entre os autores e os coautores recorreu-se ao *software* UNICET®. Esta forma de tabulação dos dados contribuiu para facilitar a análise dos resultados da pesquisa.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Na descrição e análise dos resultados apresenta-se inicialmente a quantidade de artigos publicados sobre inovação nos periódicos *International Business Review*, *Journal of Organizational Change Management* e *Journal International Management*. Em seguida evidenciam-se os autores mais prolíferos, as redes de relacionamento formadas pelos autores e os co-autores, os autores mais citados e os temas abordados nos artigos pesquisados.

Na Tabela 1 apresenta-se o volume de artigos publicados nos periódicos no período pesquisado e a quantidade dos que abordam sobre o tema inovação.

Tabela 1 – Publicações em Periódicos Internacionais sobre Inovação

Nº	Periódico	Total de publicações	Publicações sobre Inovação	Ano de publicação dos artigos sobre Inovação						Artigos s/ Inovação por Periódico	
				2006	2007	2008	2009	2010	2011		2012
1	<i>International Business Review</i>	518	279	21	20	24	33	52	40	89	53,9 %
2	<i>Journal of Organizational Change Management</i>	413	181	21	5	27	19	23	28	27	43,8 %
3	<i>Journal of International Management</i>	283	138	20	21	16	36	33	24	19	48,8 %
Total		1.219	598	62	46	67	88	108	92	135	49,1%
Percentual		100,0	49,0	10,4	7,6	11,2	15	18	15,3	22,5	

Fonte: Dados da pesquisa.

Verifica-se na Tabela 1 que do total de 1.219 artigos publicados no período de 2006 a 2012, aproximadamente 50% (518 artigos) são sobre o tema inovação. Destaca-se o periódico *International Business Review*, com 53,9% de seus artigos publicados sobre inovação. Seguem-se o *Journal of International Management*, com 48,8%, e o *Journal of Organizational Change Management*, com 43,8%. Denota-se que a seleção dos periódicos recaiu sobre os que apresentam volumes consideráveis de artigos publicados sobre o tema inovação.

A publicação de artigos que abordam o tema inovação vem crescendo ao longo do tempo investigado, mesmo que não de modo linear. Ressalta-se o ano de 2012, que está incompleto, mas já apresenta um grande volume de artigos publicados sobre inovação, especialmente no *International Business Review*. Isto sugere que pesquisas sobre inovação possuem um amplo espaço para divulgação dos resultados nestes periódicos.

Na Tabela 2 apresentam-se os dados filtrados na planilha do *Microsoft Office Excel* referentes aos pesquisadores que mais publicaram sobre o tema inovação no período de 2006 a 2012 nos periódicos internacionais investigados neste estudo.

Tabela 2 – Pesquisadores que mais publicaram sobre inovação nos periódicos investigados

Pesquisadores	Ano de publicação do artigo sobre inovação							Total por Pesquisador
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
S. Tamer Cavusgil	-	1	1	-	1	2	-	5
Tony Fang	-	1	1	1	-	1	1	5
Hinrich Voss	-	-	-	2	1	-	1	4
Pavlos Dimitratos	-	1	1	-	1	-	1	4
Ali E. Akgün	-	2	1	-	-	-	-	3
Halit Keskin	-	2	1	-	-	-	-	3
Total	0	7	5	3	3	3	3	24
Percentual	0%	29,2%	20,8%	12,5%	12,5%	12,5%	12,5%	100%

Fonte: Dados da pesquisa.

Observa-se na Tabela 2 que os pesquisadores com maior número de publicações no período analisado publicaram uma média de quatro artigos cada. Destaca-se que o ano de 2006, apesar de apresentar um número maior de publicações por periódico em relação ao

ano de 2007, não apresentou resultados para os pesquisadores que mais publicaram sobre o tema. O ano de 2007, apesar de apresentar o menor índice de publicações do total da amostra pesquisada, apresenta a maior concentração de publicações entre os pesquisadores que mais publicaram sobre o tema, com sete artigos, representando 29,2% das publicações neste período. A partir do ano de 2008 estes pesquisadores reduziram o número de suas publicações, apresentando um montante de cinco artigos em 2008 e três artigos em 2009, 2010, 2011 e 2012, respectivamente. Cotejando-se estes números com a tabela anterior, nota-se que passaram a dividir as oportunidades de publicação dos artigos com outros autores, talvez devido a relevância do tema no contexto atual.

A identificação dos pesquisadores que mais publicaram no período proposto possibilitou a construção das suas redes de relacionamento entre autores e coautores, conforme demonstrado na Figura 1.

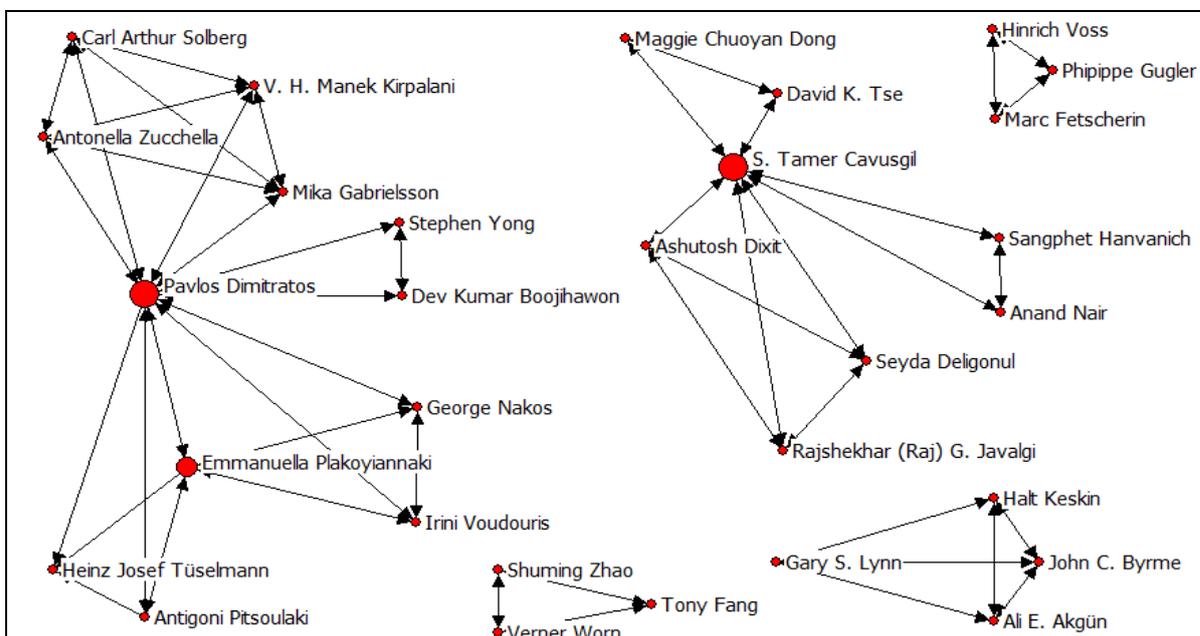


Figura 1 - Redes de Relacionamento entre autores e coautores

Fonte: Dados da pesquisa.

A partir da análise da Figura 1, observa-se que o autor central da rede é Pavlos Dimitratos, que publicou com dois, três e quatro coautores. Na sequência, verifica-se que S. Tamer Cavusgil, Ali E. Akgün e Halit Keskin publicaram com dois e três coautores; Tony Fang e Hinrich Voss publicaram com dois autores e sozinhos. Apesar das redes de relacionamentos entre autores e coautores não ser muito robusta, ela se apresenta tanto de forma individual quanto grupal.

Com o intuito de verificar quais autores foram mais referenciados pelos pesquisadores nos 598 artigos que compõem a amostra deste estudo, realizou-se um levantamento nas referências dos mesmos. Na Tabela 3 levantaram-se os dez autores mais citados nos três periódicos analisados.

Tabela 3 – Autores mais citados pelos pesquisadores que mais publicaram sobre inovação (2006 a 2012)

Nº	Autores	<i>International Business Review</i>	<i>Organizational Change Management</i>	<i>International Management</i>	Total
1	Dunning, J.	233	26	288	547
2	Buckley, P.	211	8	207	426
3	Johanson, J.	158	17	163	338
4	Rugman, A.	91	-	156	247
5	Birkinshaw, J.	102	9	133	244
6	Kogut, B.	92	-	149	241
7	Hofstede, G.	126	14	29	169
8	Williamson, O.	109	-	26	135
9	Porter, M.	132	-	-	132
10	Luo, Y	101	-	-	101

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota-se na Tabela 3 que o autor mais referenciado entre os dez nomes pesquisados foi J. Dunning, com 547 citações. Identificou-se em seus trabalhos uma tendência à realização de estudos teóricos e empíricos em uma linha de pesquisa relacionada com as teorias de produção internacional, empresas multinacionais e economia global.

O segundo autor mais referenciado, P. Buckley, vincula sua linha de pesquisa ao comércio internacional, às empresas multinacionais e ao impacto das propriedades estrangeiras. Citado 426 vezes, P. Buckley apresenta a tendência do uso de estudos de caso em sua metodologia de pesquisa.

Por fim, J. Johanson foi o terceiro autor mais referenciado, com 338 citações. Ligado principalmente a linha de pesquisa de redes de negócios e internacionalização, o autor apresenta a tendência em seus trabalhos do uso da metodologia de estudo de caso.

Os três primeiros autores, o quinto e o sétimo foram citados em todos os periódicos analisados. O quarto autor, o sexto e o oitavo mais citados aparecem tanto no periódico *International Business Review* como no *Journal International Management*. O nono autor e o décimo foram citados apenas no *International Business Review*. Entre os dez autores mais citados, as pesquisas dos seis principais autores foram referenciadas mais de 200 vezes.

Na Tabela 4 apresentam-se os principais temas de inovação abordados no período de 2006 a 2012, nos periódicos internacionais investigados neste estudo.

Tabela 4 – Principais temas abordados sobre inovação nos periódicos internacionais investigados

Tema	Ano de Publicação – Inovação							Total
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
Empresas Internacionais	4	2	2	2	8	4	8	30
Comércio Internacional	3	2	1	4	4	6	3	23
Inovação na China	-	4	7	-	5	-	2	18
Cultura e Inovação	1	-	-	-	3	2	3	9
Desempenho Exportador	-	2	-	-	-	3	4	9
Transferência de Conhecimento	1	-	-	3	-	1	3	8
Economia Internacional	-	-	1	3	3	-	-	7
Capital Social	-	-	2	-	-	2	1	5
Governança Corporativa	-	-	-	-	2	2	-	4

Fonte: Dados da pesquisa.

Os principais temas abordados nos periódicos analisados, conforme Tabela 4, relacionam-se com o processo de internacionalização em Empresas Internacionais. O segundo tema, com 23 artigos, versa sobre Comércio Internacional. O terceiro, com 18

artigos, discute o processo de Inovação na China. Em proporção um pouco menor encontram-se, na ordem, os temas Cultura e Inovação, Desempenho Exportador, ambos com 9 artigos; Transferência de Conhecimento, com 8 artigos; Economia Internacional, com 7; Capital Social, com 5 artigos; e Governança Corporativa, com 4 artigos publicados. Do exposto, infere-se que a maioria desses artigos sobre inovação associa o tema a internacionalização de empresas.

5 CONCLUSÕES

Este estudo objetivou identificar as redes sociais formadas na área de inovação a partir da análise dos artigos publicados em periódicos internacionais no período de 2006 a 2012. Um estudo bibliométrico e sociométrico foi realizado nos periódicos *International Business Review*, *Journal International Management* e *Journal of Organizational Change Management*. A forma intencional da escolha dos periódicos decorreu de investigações anteriores, em que estes periódicos se destacaram na coleta de artigos sobre o tema inovação. Para a seleção dos artigos publicados nestes periódicos consideraram-se os que continham em seu título, resumo e/ou palavras-chave os termos *innovation*, *innovatiness* ou *innovación*.

Após a análise dos artigos selecionados, verificou-se que os pesquisadores que mais publicaram artigos nos periódicos internacionais no período analisado foram S. Tamer Cavusgil e Tony Fang com cinco artigos cada; Hinrich Voss e Pavlos Dimitratos, com quatro artigos cada; e Ali E. Akgün e Halit Keskin, com três artigos cada. Observou-se também que, embora o volume de publicações de artigos em anos mais recentes nestes periódicos tenha aumentado, estes autores reduziram o número de artigos publicados, portanto, compartilham o espaço de publicação com pesquisadores entrantes ou menos prolíferos em anos anteriores.

Na análise das redes de cooperação entre autores e coautores, observou-se que a rede formada não é muito densa e o conhecimento gerado é formado por grupos de pesquisadores. O autor central da rede é Pavlos Dimitratos, seguido por S. Tamer Cavusgil, Ali E. Akgün, Halit Keskin, Tony Fang e Hinrich Voss. As publicações crescentes nos três periódicos sobre o tema podem estar contribuindo para que as redes de pesquisadores ainda estejam em formação. Também é possível que alguns desses autores estejam publicando suas pesquisas em periódicos diversos dos aqui investigados.

Os autores mais referenciados por estes pesquisadores mais prolíferos são John H. Dunning (547 citações), Peter Buckley (426 citações), Jan Johanson (338 citações). Estes três primeiros autores foram citados em todos os periódicos analisados. John H. Dunning publicou artigos teóricos e empíricos relacionados a teorias de produção internacional, empresas multinacionais e economia global. Os artigos publicados por Peter Buckley estão vinculados ao comércio internacional, às empresas multinacionais e ao impacto das propriedades estrangeiras. E Jan Johanson investigou redes de negócios e internacionalização de empresas.

Conclui-se que as redes sociais formadas na área de inovação a partir da análise dos artigos publicados no período de 2006 a 2012 nos referidos periódicos não se mostrou muito densa, revelando que ainda não se encontra consolidada. Como este estudo se limitou a analisar os artigos publicados no período de 2006 a 2012 nos periódicos *International Business Review*, *Journal of Organizational Change Management* e *Journal International Management*, sugere-se que a pesquisa seja ampliada. Particularmente no que tange ao

número de periódicos e ao período de tempo, a fim de ampliar a visão sobre o tema inovação, além de indicar caminhos na pesquisa científica sobre o assunto.

REFERÊNCIAS

AFUAH, A. **Innovation management: strategies, implementation and profits**. Oxford: Oxford University Press, 2003.

BALESTRIN, A.; VERSCHOORE, J. R.; REYES JR., E. O campo de estudo sobre redes de cooperação interorganizacional no Brasil. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 14, n. 3, p. 458-477, 2010.

BIGNETTI, L. P. Gestão de tecnologia e inovação: uma análise de autores, vertentes teóricas e estratégias metodológicas predominantes em trabalhos apresentados nos encontros da ANPAD. In: EnANPAD, 30., 2006, Salvador. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2006.

BIGNETTI, L. P.; CAPPRA, C. M.; THOMAS, E. Estudos nacionais e internacionais sobre gestão da inovação: uma análise dos principais autores e das vertentes teóricas atuais. In: EnANPAD, 32., 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.

COOPER, J. R. A multidimensional approach to the adoption of innovation. **Management Decision**, v. 36, n. 8, p. 493-502, 1998.

CUNHA, N. C. V. **As práticas gerenciais e suas contribuições para a capacidade de inovação em empresas inovadoras**. 165f. 2005. Tese (Doutorado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 2005.

DAFT, R. L. A dual-core model of organizational innovation. **The Academy of Management Journal**, v. 21, n. 2, p. 193-210, Jun. 1978.

DAMANPOUR, F.; EVAN, W. M. Organizational innovation and performance: the problem of organizational lag. **Administrative Science Quarterly**, v. 29, n. 3, p. 392-409, 1984.

DAMANPOUR, F. Organizational innovation: a meta-analysis of effects of determinants and moderators. **Academy of Management Journal**. v. 34, n. 3, p. 555-590, Sep., 1991.

DOSI, G. Technological paradigms and technological trajectories. **Research Policy**, v. 11, n. 2, p. 147-162, 1982.

DOSI, G. The nature of the innovative process. In: DOSI, G.; FREEMAN, C.; NELSON, R.; SILVERBERG, G.; SOETE, L. (eds.). **Technical change and economic theory**. London: Pinter Publishers, 1988. pp 221-238

DOWNS, G. W.; MOHR, L. B. Conceptual issues in the study of innovation. **Administrative Science Quarterly**, n. 21, p. 700-714, 1976.

ENGEL, J. F.; BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W. **Comportamento do consumidor**. 8. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

GALASKIEWCZ, J.; WASSERMAN, S. **Advances in social network analysis: research in the social and behavioral sciences**. London: Sage, 1994.

GOMES, G.; MACHADO NETTO, D. D. P.; GIOTTO, O. T. Análise do conteúdo dos artigos de inovação publicados nos anais do ALTEC, SIMPOI e EnANPAD (2003-2007). **Revista de Administração e Inovação**, v. 8, n. 4, p.27-44, 2011.

GUIMARÃES, T. A.; GOMES, A. O.; ODELIUS, C. C.; ZANCAN, C.; CORRADI, A. A. A rede de programas de pós-graduação em administração no Brasil: análise de relações acadêmicas e atributos de programas. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 13, n. 4, p. 564-582, 2009.

HAMEL, G. The why, what and how of management innovation. **Harvard Business Review**, v. 2, n. 84, p. 72-84, 2006.

HIDALGO, A.; ALBORS, J. Innovation management techniques and tools: a review from theory and practice. **R&D Management**, v. 2, n. 38, p.113-127, 2008.

JONASH, R. S.; SOMMERLATTE, T. **O valor da inovação: como as empresas mais avançadas atingem alto desempenho e lucratividade**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

KIMBERLY, J. R.; EVANISKO, M. J. Organizational innovation: the influence of individual organizational, and contextual factors on hospital adoption of technological and administrative innovations. **Academy of Management Journal**, v. 24, n. 4, p. 689-713, 1981.

KNIGHT, K. E. A descriptive model of intra-firm innovation process. **Journal of Business**, n. 40, p. 478-496, 1967.

LATOUR, B. **Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.

MACIAS-CHAPULA, C. A. O papel da informetria e da cienciometria e sua perspectiva nacional e internacional. **Ciência da Informação**, v. 27, n. 2, p. 64-68, 1998.

MARTELETO, R. M. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da informação**, v. 30, n. 1, 71-81, 2001.

MUYLDER, C. F.; ROCHA, A. M.; GONÇALVES, C. M.; SOUZA, R. B.; OLIVEIRA, W. T. Uma análise bibliométrica do evento da EnANPAD 2007. **Gestão e Tecnologia**, v. 8, n. 1, 2008.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E O DESENVOLVIMENTO (OCDE). **Manual de Oslo**. FINEP, 2005.

PENNINGS, J. M. Innovations as precursors of organizational performance. In: GALLIERS, R.; BAETS, W. R. J. (Org.). **Information technology and organizational transformation: innovation for the 21st century organization**. New York: Wiley, 1998.

ROGERS, E. M. **Diffusion of innovations**. Nova York: Free Press, 2003.

ROPELATO, M.; SILVEIRA, A.; MACHADO NETTO, D. D. P. Inovação: análise da produção científica brasileira: 2006-2009. In: Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais, 13., 2010, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FGV, 2010.

ROTHWELL, R. Towards the fifth-generation innovation process. **Science Policy Research**, v. 1, n. 1, p. 7-31, 1994.

SAWHNEY, M.; WOLCOTT, R. C.; ARRONIZ, I. The 12 different ways for companies to innovate. **MIT Sloan Management Review**, v. 47, n. 3, p. 74-81, 2006.

SCHUMPETER, J.A. **The theory of economic development**. Oxford: Oxford University Press. 1911.

SCHUMPETER, J.A. **History of economic analysis**. Oxford: Oxford University Press, 1954.

SCHUMPETER, J.A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

TÁLAMO, J.R. A inovação tecnológica como ferramenta estratégica. **Revista Pesquisa & Tecnologia FEI**, n. 23 p. 26-32, 2002.

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. **Managing innovation: integrating technological, market and organizational change**. New York: John Wiley & Sons. 2005.

UTTERBACK, J. M.; ALBERNATHY, W. J. A dynamic model of process and reorientation. **Administrative Science Quarterly**, v. 16, p. 203-215, 1975.

VAN DE VEN, A. H.; POOLE, M. S. Methods for Studying Innovation Development in the Minnesota Innovation Research Program. **Organization Science**. v. 1, n. 3, p. 313-335, 1990.

WASSERMAN, S.; FAUST, K. **Social network analysis: methods and applications**. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

ZALTMAN, G.; DUNCAN, R.; HOLBEK, J. **Innovations and organizations**. New York: Wiley. 1973.