


Inovação Social: um Estudo da Publicação Científica Internacional por meio da Análise de Redes

Jaiarys Capa Bataglin¹

jaiarys@me.com |  0000-0002-1644-5149

Elder Semprebon²

elder.semperbon@gmail.com |  0000-0002-9201-3751

Ana Carolina Vilela Carvalho³

acvcarvalho@gmail.com |  0000-0002-4899-1427

Melody Porsse²

mpporsse@gmail.com |  0000-0003-1547-8894

RESUMO

A pesquisa sobre inovação social tem crescido significativamente na última década. O objetivo deste estudo é mapear a produção científica internacional sobre inovação social, a fim de identificar e agrupar as variáveis da inovação social, por meio da análise de redes. A base de dados utilizada foi o Scopus, no período entre 2010 e 2020. Por meio da análise das palavras-chave dos artigos, foram agrupadas 35 categorias, tendo como critério a natureza e a semelhança conceitual, através do *Software* Node XL. Os resultados demonstram uma rede com quatro clusters: (1) Empreendedorismo Social, Valor Social e Inovação; (2) Cocriação, Tecnologia e Sustentabilidade; (3) Inovação Social, Aspectos Organizacionais e Modelo de Negócios; (4) e Setor sem Fins Lucrativos, Estratégia e Aprendizagem. As categorias mais citadas, além da inovação social, foram empreendedorismo social e aspectos organizacionais, cujo foco de análise se dá no nível organizacional, ou seja, nos recursos e capacidades necessárias ao processo de desenvolvimento da inovação social. Além disso, lacunas de pesquisa foram identificadas, como redes de atores, comunidade e ecossistemas de inovação social.

PALAVRAS-CHAVE

Inovação Social, Análise de Redes, Pesquisas Futuras

¹Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Francisco Beltrão, PR, Brasil

²Universidade Federal do Paraná, UFPR, Curitiba, PR, Brasil

³Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Paraná, Pinhais, PR, Brasil

Recebido: 29/05/2020.

Revisado: 13/09/2020.

Aceito: 19/10/2020.

Publicado Online: 17/05/2021.

DOI: <http://dx.doi.org/10.15728/bbr.2021.18.4.6>



1. INTRODUÇÃO

A inovação tem sido considerada fundamental para o crescimento econômico e tecnológico. Essa indicação já havia sido discutida por Schumpeter (1982), ao compreender a inovação como o motor do desenvolvimento econômico, rompendo o modo estático da economia, por meio de caminhos dinâmicos. Conforme explicado no Manual de Oslo (OCDE, 2004), no nível macro, a inovação é o fator mais importante no desenvolvimento econômico nacional e nos padrões de comércio internacional. No nível micro, ou seja, dentro das empresas, a inovação por meio da pesquisa e do desenvolvimento é vista como fonte de assimilação e utilização de novos conhecimentos de todos os tipos, não apenas tecnológicos. Tal pensamento corrobora o de Schumpeter (1982), ao afirmar que a inovação está profundamente ligada às competências internas da empresa, proporcionando vantagem competitiva e diferencial para sua sobrevivência e maior lucratividade.

Contudo, é sabido que o crescimento econômico, por si só não é suficiente. O embate entre o crescimento econômico e o desenvolvimento socioambiental, nas últimas décadas, evidenciaram a insuficiência das estruturas e políticas existentes em solucionar algumas das questões mais prementes da atualidade, como a desigualdade social, a melhoria na saúde, a redução de pobreza, as alterações climáticas, dentre outras. Apesar dos diversos avanços, inúmeros desafios de ordem socioeconômica e ambiental precisam ser enfrentados (Banerjee & Duflo, 2014; Murray; Caulier-Grice & Mulgan, 2010).

Nesse contexto, torna-se necessária a busca por inovações que não estejam ligadas apenas ao retorno econômico-financeiro e cujo o propósito esteja relacionado às mudanças sociais. As inovações sociais buscam oferecer soluções a problemas específicos da sociedade e a grupos que não possuem capacidades ou recursos suficientes para ajudar a si mesmos (Boons e Lüdeke-Freund, 2013). Embora a inovação social esteja relacionada aos demais tipos de inovação – produto, organizacional, processo e marketing (Schumpeter, 1982; OCDE, 2011), o conceito e finalidade desta, notadamente, estão orientados para soluções que atendam a uma necessidade social e gerem valor para a sociedade, ao invés de apenas indivíduos privados (Lévesque, 2011; Mulgan, 2006; Phillis et al., 2008; Cajaiba-Santana, 2014).

Tendo em vista a discussão teórica ainda fragmentada entre as diversas áreas do conhecimento (Cajaiba-Santana, 2014), novas perspectivas de estudo nessa temática, tornam-se relevantes. Revisões da literatura sob diferentes prismas foram desenvolvidas por Van der Have e Rubalcaba (2016), Souza, Segatto e Silva (2017), Agostini et al. (2017) e Silveira e Zilber (2017), e isso demonstra que a temática tem adentrado na agenda dos trabalhos acadêmicos internacionais. No entanto, o presente trabalho avança nas análises, ao mapear a produção científica internacional sobre inovação social, a fim de identificar e agrupar as variáveis de inovação social, por meio da análise de redes. Além disso, contribui com novas possibilidades de estudos e futuras agendas de pesquisas, especificamente na área de gestão e negócios. Estudos anteriores não fornecem uma visão geral das variáveis abordadas na pesquisa. Além disso, a análise da rede ocorre a partir das categorias agrupadas, tendo como critério a natureza e a semelhança conceitual das palavras-chave, diferenciando-se, portanto, de outros estudos de revisão sistemática.

O objetivo, portanto, é mapear a produção científica internacional sobre inovação social - na área de negócios - a fim de identificar e agrupar as variáveis da inovação social e encontrar possíveis relações teóricas, por meio da análise de redes. Para isso, realizamos algumas etapas: (1) buscar artigos sobre inovação social publicados na base de dados Scopus, abrangendo o período de 2010 a 2020; (2) identificar variáveis relacionadas à inovação social; (3) agrupar variáveis por

meio de análise de rede; (4) analisar os clusters e possíveis relações teóricas; (5) identificar lacunas a serem estudadas em uma futura agenda de pesquisa.

Com base em técnicas de análise de rede, o estudo traz contribuições significativas para as discussões sobre inovação social, mostrando quais variáveis estão mais interconectadas (por exemplo, inovação social e empreendedorismo social), bem como quais lacunas de pesquisa podem ser preenchidas (por exemplo, redes de atores, comunidade e ecossistemas de inovação social). Nesse sentido, esta pesquisa se justifica por razões acadêmicas, visto que avança na discussão do tema por meio da análise de redes. No que se refere ao aporte teórico para o campo da gestão, este estudo auxilia na consolidação e sistematização da pesquisa sobre IS, visto que se refere a um novo objeto de estudo, demandando mais discussões. Além disso, como contribuições práticas, este artigo revela perspectivas para responder a diferentes problemas sociais enfrentados pela sociedade, que podem inspirar políticas públicas e empreendedores sociais.

2. INOVAÇÃO SOCIAL

A Inovação Social (IS), enquanto campo de estudo, pode ser considerada emergente, dado o crescimento substancial de publicações científicas em anos recentes (Silveira & Zilber, 2017). Embora o termo “inovação social” tenha seus primeiros registros no final do século 19, o conceito não foi amplamente utilizado nesse período (Ayob, 2016). Na década de 1960 e início dos anos 70, o termo passou a ser utilizado por movimentos sociais estudantis e de trabalhadores, de cidades europeias e americanas, como uma espécie de ‘denominador comum’ para diferentes tipos de ações coletivas, visando maior inclusão e participação social (Moulaert et al., 2010).

Uma primeira menção do termo foi utilizada por Taylor (1970), como sendo ações aperfeiçoadas e/ou novas formas de fazer as coisas. No entanto, é a partir dos anos 90, que surge o entendimento da inovação social no sentido que atualmente lhe é concedido, influenciado, em parte, pelos crescentes desafios socioeconômicos da sociedade (Bepa, 2011; Nicholls, Simon & Gabriel, 2015). O interesse científico pelo tema, tornou-se mais sensível nas últimas décadas, através de um crescimento exponencial de publicações, bem como da consolidação de centros de pesquisa de IS (Adams & Hess, 2010; Lettice & Parekh, 2010; Van de Have & Rubalcaba, 2016). No domínio teórico da IS, uma crítica é feita às discussões multifacetadas, necessitando de maiores elaborações (Fossati, Degavre, & Nyssens, 2017; Cajaiba-Santana, 2014).

Apesar da diversidade de definições sobre a IS, há um consenso de que esse modelo de inovação se refere a novas soluções dadas em resposta aos desafios sociais, buscando além da satisfação das necessidades, promover novas relações e práticas sociais (Mulgan, Tucker & Sanders, 2007; Murray et al., 2010; Cajaiba-Santana, 2014). Nesse sentido, duas orientações são claramente percebidas na definição da inovação social: os resultados sociais (1) e os novos processos sociais estabelecidos (2). A primeira enfatiza a satisfação das necessidades sociais e ambientais não atendidas e respostas dadas em direção às falhas de mercado (Cloutier, 2003; Phills, Deiglmeier & Miller, 2008; Pol & Ville, 2008). Já a segunda, enfatiza as mudanças nas relações sociais, muitas vezes tendo como foco o reequilíbrio das desigualdades de poder, o aumento da capacidade da sociedade de agir (Mumford, 2002; Westley & Antadze, 2012; Murray et al. (2010).

Tais ênfases estão alinhadas com a literatura acadêmica sobre inovação, a qual revela dois principais aspectos: o processo social e organizacional, por meio do qual a inovação é produzida; e o resultado alcançado, por meio de novos produtos, serviços ou métodos de produção (Phills et al., 2008). Assim, a IS pode ser entendida tanto como novos resultados sociais – por meio das novas soluções geradas - como novos processos sociais – por meio das novas relações, novas

práticas sociais, novas capacidades e o empoderamento de atores sociais (Nicholls & Murdock, 2011; Cajaiba-Santana, 2014; Jaeger-Erben, Rückert-John & Schäfer, 2015).

Uma definição instrumental de inovação social, restringindo-se a resultados “sociais”, pode ser reducionista e um tanto equivocada, uma vez que o resultado desse modelo de inovação não pode se restringir apenas a uma solução para um determinado problema social, nem mesmo a uma dimensão material, como ocorre com inovações tecnológicas (Cajaiba-Santana, 2014). A natureza da IS destaca uma dimensão “não material”, que se reflete no processo pelo qual a inovação social ocorre, incluindo novas práticas sociais (Moulaert et al., 2013). Nesse sentido, a SI deve ser entendida como um processo social e não, simplesmente, como uma aplicação de tecnologia.

Portanto, este estudo adota uma definição de inovação social construída a partir de conceitos apresentados pelos principais autores da área. Assim, a IS é definida como uma nova resposta ou intervenção social que simultaneamente satisfaz uma necessidade social (nova solução) e cria novas relações sociais (processo), propondo novas orientações socioculturais e/ou aumentando a capacidade sociopolítica dos atores sociais e o acesso a recursos (Lévesque, 2014; Mulgan, 2006; Murray et al., 2010; Moulaert, Martinelli, Swyngedouw, & Gonzalez, 2010; Phills et al., 2008; Cajaiba-Santana, 2014). Além disso, atende aos critérios necessários para qualquer inovação, no sentido de “novidade” e “melhoria” (independentemente da magnitude, se radical ou incremental) e no sentido de difusão, ou adoção da inovação (Phills et al., 2008). No aspecto da adoção e difusão da inovação social, um parâmetro importante pode estar relacionado à sua institucionalização, envolvendo a disseminação de iniciativas semelhantes fora de seu local de origem, em outras comunidades, ou mesmo em outros países. Além disso, a institucionalização pode estar relacionada a mudanças de comportamento e à adoção de novas práticas sociais, por parte de um número significativo de pessoas (Cajaiba-Santana, 2014; Groot & Dankbaar, 2014).

Num âmbito geral, os estudos sobre inovação têm sido tradicionalmente desenvolvidos na perspectiva da inovação tecnológica e da teoria econômica (Schumpeter, 1982). Desse modo, as inovações tradicionais têm sido avaliadas com base na geração de valor econômico e obtenção de vantagem competitiva (Tidd, Bessant & Pavitt, 2008). Apesar de as inovações tecnológicas e sociais estarem de alguma forma relacionadas e, por vezes, apresentarem resultados sobrepostos, deve-se ressaltar que a finalidade de ambas é fundamentalmente diferente. Enquanto a inovação tecnológica, na perspectiva “schumpeteriana”, preocupa-se com resultado econômico e maior lucratividade, a inovação social está evidentemente interessada em questões sociais (Bignetti, 2011; Cajaiba-Santana, 2014). Não trata apenas de introduzir novos tipos de produtos ou explorar novos mercados em si, mas também de satisfazer necessidades não supridas pelo mercado e/ou criar novas formas de inserção social (OCDE, 2011). Dessa forma, novos produtos e tecnologias podem ser vistos como efeitos possíveis, mas não como condição necessária.

Na área de negócios, a IS pode ser vista como uma nova agenda relacionada ao propósito das inovações e dos negócios na sociedade (Nicholls et al., 2015). Além disso, o crescente interesse do empreendedorismo e da área de gestão nas questões sociais tem impulsionado pesquisas nessa direção (Cajaiba-Santana, 2014), motivo de diversos estudos empíricos estarem sendo realizados no contexto do empreendedorismo social, empresas sociais e/ou negócios de impacto social. As inovações sociais são, nessa perspectiva, definidas como práticas alternativas ou novas variações de práticas (Jaeger-Erben et al., 2015), bem como novas ideias, novos produtos, ou novos serviços, que irão promover uma mudança social significativa (Groot & Dankbaar, 2014).

Embora muitos estudos tenham sido realizados no contexto do empreendedorismo social, a IS tem ocorrido em diferentes setores e formatos organizacionais, incluindo o setor público, governos, o setor sem fins lucrativos, e também as empresas privadas (Groot & Dankbaar, 2014). A inovação social também não se limita a aspectos de inclusão social, e segundo Groot e Dankbaar (2014), pode estar preocupada com questões ambientais, desenvolvimento sustentável, saúde mental, dentre outros desafios.

Por se tratar de um tema com amplo campo de estudo, o presente artigo tem como foco a área de gestão e negócios, trazendo contribuições específicas para a área. Diferentemente dos trabalhos que revisaram a literatura sobre IS (Van der Have & Rubalcaba, 2016; Agostini et al., 2017; Silveira & Zilber, 2017), este artigo utiliza a análise de redes para desenvolver essa discussão. Além disso, estudos recentes foram contemplados, evidenciando que os últimos três anos foram os mais expressivos em número de publicações na área. A partir das publicações analisadas, quatro clusters puderam ser identificados: (1) Empreendedorismo Social, Valor Social e Inovação; (2) Cocriação, Tecnologia e Sustentabilidade; (3) Inovação Social, Aspectos Organizacionais e Modelo de Negócios; e (4) Setor sem fins lucrativos, Estratégia e Aprendizagem. Mais debates são mencionados na seção de discussão e resultados, a fim de delinear o cenário que envolve o campo de pesquisa.

3. MÉTODO DE PESQUISA

A revisão sistemática parte de estudos anteriores para avaliar as contribuições em uma determinada área, sintetizar seus achados e evidências, a fim de concluir o que é conhecido e desconhecido (Denyer & Tranfield, 2009). Em combinação com a revisão sistemática, a análise de redes é uma ferramenta poderosa para demonstrar visualmente as relações entre temas, ou variáveis, facilitando o alcance do objetivo de sintetizar e avaliar um tópico, ou teoria. Além disso, a análise de redes permite a representação de um campo de estudo através da formação de clusters (agrupamento de variáveis), obtendo, assim, uma compreensão mais detalhada das subáreas da disciplina estudada. A análise de rede fornece um rico detalhamento estatístico, que indica o posicionamento e a relevância de uma variável (vértice) em suas relações na formação da rede.

Os elementos fundamentais em uma rede são os vértices e as arestas. Os vértices podem ser desenhados por formas geométricas, ou imagens. As arestas são representadas por linhas que conectam os vértices. Neste trabalho, os vértices constituem as variáveis classificadas a partir das palavras-chave. Basicamente, os estudos de redes estão focados na busca de padrões de conexão nos mais diversos fenômenos (Wasserman & Faust, 1994; Hansen, Shneiderman & Smith, 2010; Hansen, 2011).

Esta pesquisa foi realizada em 10 etapas (Figura 1). Inicialmente, foram definidos o tema e o contexto a serem explorados: inovação social na área de negócios. Em seguida, o banco de dados e os periódicos foram selecionados. A base de dados Scopus foi escolhida porque permite o acesso a um número representativo de revistas de negócios importantes (classificação Q1 e Q2). Na busca de artigos, foi considerado o período da última década (2010 a 2020). Na terceira etapa, foram definidos os termos de busca, que foram “inovação social” e “inovação social*” (com um asterisco para considerar variações da expressão). Posteriormente, foram excluídos os artigos da base de dados que não mencionavam palavras-chave indexadas. Na sexta etapa, após a seleção final dos artigos, as palavras-chave foram avaliadas para evitar discordâncias com o tema do estudo.



Figura 1. Estágios da Pesquisa.

Fonte: Autores deste estudo

Na sétima etapa, as categorias foram formadas a partir da semelhança conceitual das palavras-chave e, em seguida (oitava etapa), dois especialistas no tema de estudo validaram as categorias formadas. Essas categorias representam os vértices da rede. Na etapa nove, os termos indexados (periódico e ano de publicação) foram analisados para contextualizar o campo de estudo. A última etapa correspondeu à formação da rede e seus agrupamentos com o auxílio do software NodeXL (versão 1.0.1.361), que permite, por meio da importação de dados, o desenho da rede, disponibilização de dados estatísticos e visualização gráfica da rede (Hansen, 2011; Harman, Koohang & Palinzkiewicz, 2014).

4. ANÁLISE DE DADOS

Estudos empresariais sobre IS, entre 2010 e 2020, totalizam 332 publicações na base Scopus, presentes em 148 periódicos, especificamente nas áreas de negócios e gestão. Os artigos sobre esse assunto foram encontrados, principalmente, no *Journal of Social Entrepreneurship* (29), *Innovation* (15), *Voluntas* (15), *Journal of Business Research* (11). Nos últimos 5 anos, o número de publicações correspondeu a 72,3% do total, atingindo em 2019 a marca de 61 artigos publicados. A seguir, a Figura 2 mostra o gráfico da rede gerado com o auxílio do software NodeXL. O *layout* da carta escolhido foi Fruchterman-Reingo, do tipo não direcional. A rede proposta contém 35 vértices e 93 arestas exclusivas.

Os artigos mais citados segundo informação da base de dados são Boons e Lüdeke-Freund (2013), Cajaiba-Santana (2014) e Voorberg, Bekkers & Tummers (2015) com 213, 93 e 77 citações, respectivamente. Demais, foram identificados 506 autores diferentes. Aqueles com maior número de artigos foram Castro-Spila J., Westley F.R. e Herrera M.E.B. com quatro artigos. Outros autores como von Jacobi N., Unceta A., Raja Suzana R.K., Zainudin A., Ziegler R. e Zulazli H. publicaram três artigos. A média de autores por artigo é de 2,28.

Na sequência, a figura 1 apresenta o gráfico de redes gerado com auxílio do software NodeXL. O *layout* do gráfico escolhido foi o Fruchterman-Reingo, sendo do tipo não direcional. A rede proposta contém 31 vértices e 80 relações únicas.

Por meio da simples visualização da rede é possível identificar quais são os vértices com maior número de combinações (tamanho do vértice), as relações entre eles e o posicionamento de cada um conforme localização, centralidade e proximidade na rede. A Tabela 1, a seguir, mostra os dados de cada vértice, ampliando a compreensão sobre a rede.

Os 332 artigos publicados representaram 1111 palavras-chave diferentes (únicas), que foram classificadas em 35 categorias. Para a formação desse tipo de rede é necessário fazer combinações entre as palavras-chave, assim, contando as repetições dos termos, obteve-se uma frequência total de 8760 palavras. Por exemplo, a categoria (vértice) “Inovação Social” possui 24 palavras diferentes.

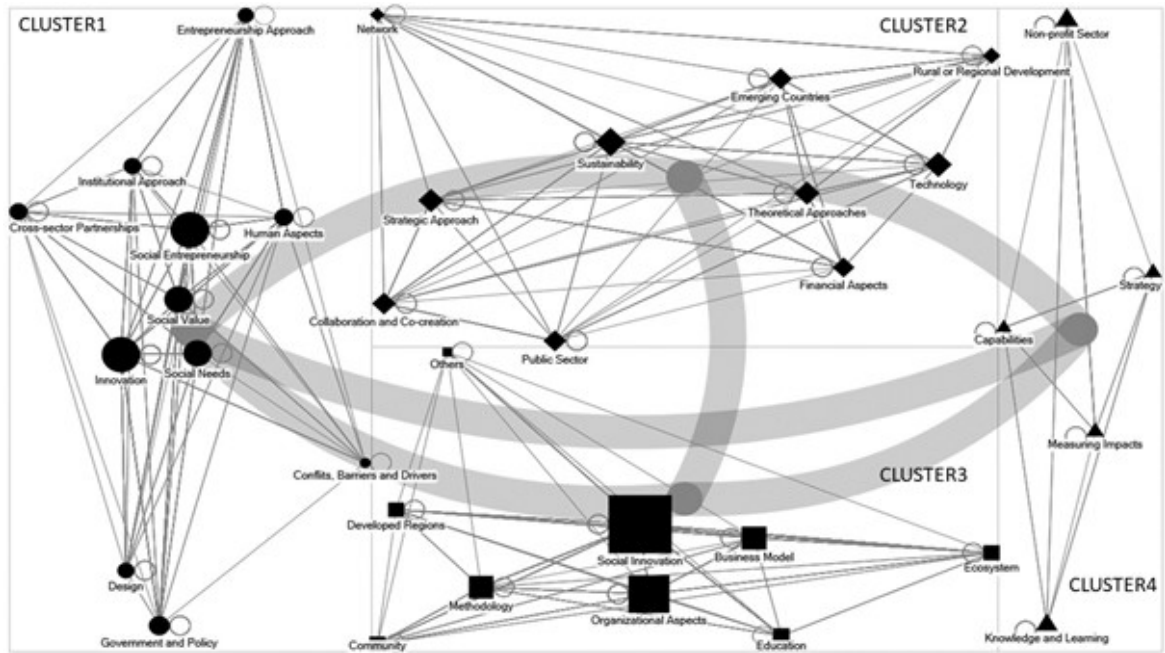


Figura 2. Rede de variáveis da Inovação Social.
Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 1

Descrição dos dados dos vértices da rede.

Categories	Keywords	Degree	Betweenness Centrality	Closeness Centrality	Clustering Coefficient
Business Model	36	35	6,05	0,03	0,80
Capabilities	11	21	0,93	0,02	0,88
Collaboration and Co-creation	30	33	4,70	0,03	0,82
Community	19	23	1,32	0,02	0,88
Conflicts, Barriers and Drivers	16	18	0,30	0,02	0,94
Cross-sector Partnerships	28	25	1,28	0,02	0,90
Design	20	26	1,34	0,02	0,90
Developed Regions	17	25	2,22	0,02	0,84
Ecosystem	20	23	1,83	0,02	0,83
Education	17	27	2,65	0,02	0,84
Emerging Countries	24	33	4,13	0,03	0,83
Entrepreneurship Approach	12	28	3,76	0,02	0,81
Financial Aspects	37	30	3,37	0,03	0,83
Government and Policy	36	31	3,78	0,03	0,83
Human Aspects	24	29	3,09	0,02	0,84
Innovation	59	33	4,82	0,03	0,82
Institutional Approach	25	29	2,70	0,02	0,85
Knowledge and Learning	30	26	1,88	0,02	0,87
Measuring Impacts	26	28	2,89	0,02	0,84
Methodology	38	34	6,08	0,03	0,79

Tabela 1
Cont.

Categories	Keywords	Degree	Betweenness Centrality	Closeness Centrality	Clustering Coefficient
Network	14	25	1,43	0,02	0,89
Non-profit Sector	33	33	5,65	0,03	0,79
Organizational Aspects	113	36	7,05	0,03	0,78
Others	9	20	1,10	0,02	0,86
Public Sector	46	29	3,32	0,02	0,83
Rural or Regional Development	18	27	1,80	0,02	0,88
Social Entrepreneurship	27	35	5,92	0,03	0,80
Social Innovation	24	36	7,05	0,03	0,78
Social Needs	57	35	6,22	0,03	0,80
Social Value	52	34	5,41	0,03	0,81
Strategic Approach	25	30	3,60	0,03	0,83
Strategy	26	27	2,38	0,02	0,85
Sustainability	57	31	3,64	0,03	0,83
Technology	48	32	3,35	0,03	0,85
Theoretical Approaches	37	31	3,98	0,03	0,83
Sum	1111				
Mean	31,74	29,09	3,46	0,02	0,84
Standard Deviation	19,53	4,73	1,86	0,00	0,04

Nota 1: Densidade do gráfico: 0,53; Distância geodésica média: 1,42

Fonte: Dados da pesquisa

A partir das relações entre as categorias, foram obtidas 4329 arestas (linhas) no gráfico. As relações mais fortes (combinação de palavras dentro da categoria) são entre “Inovação Social” e “Empreendedorismo Social”, “Aspectos Organizacionais” e “Inovação Social” e “Inovação Social” e “Inovação” com recorrência de 136, 136 e 104 combinações de palavras respectivamente (Apêndice). Na sequência, é apresentada uma breve conceituação dos índices e dos resultados obtidos, conforme apresentados na tabela 1.

O **grau** de um vértice (nó) representa o número total de linhas conectadas ao respectivo vértice (Hansen et al., 2010). Neste estudo, o número mínimo de graus (18) é encontrado no vértice Conflitos, Barreiras e Drivers, e o número máximo de graus (36) pertence aos vértices “Inovação Social” e “Aspectos Organizacionais”, uma vez que esses vértices estão ligados todo mundo. O grau médio da rede é de 29,09 (DP: 4,73), o que demonstra uma alta inter-relação entre os vértices.

A **densidade do gráfico** é a indicação das linhas possíveis em uma rede. Uma rede seria considerada completa se todas as linhas possíveis estivessem presentes (Wasserman & Faust, 1994). A densidade do gráfico é medida em uma escala de 0 a 1. Quanto mais próximo o valor se aproxima de 1, maior será a unidade entre os vértices de uma rede. Nessa rede, há alta conectividade entre os vértices, pois a densidade é de 0,80.

A **distância geodésica** representa o diâmetro da rede ao indicar o comprimento dos caminhos entre os nós (Wasserman & Faust, 1994). Nessa rede, o valor médio do diâmetro entre os vértices é 1,17, ou seja, em média, entre dois nós existe apenas um nó que os separa.

A **centralidade de intermediação** é considerada uma medida de proximidade e indica quais vértices são mais caracterizados como pontes na formação da rede (Harman et al., 2014). Nessa rede de Inovação Social, o vértice Conflitos, Barreiras e Drivers tem o menor valor de centralidade de intermediação (0,30). Por outro lado, os vértices “Inovação Social” (7,05), “Aspectos Organizacionais” (7,05) e “Necessidades Sociais” (6,22) apresentam os maiores índices. A média desse índice é 3,46 (S.D.: 1,86).

A **centralidade de proximidade** é calculada a partir da média das menores distâncias entre os vértices. Dessa forma, os maiores índices dessa medida são atribuídos aos vértices mais centrais de uma rede (Hansen et al., 2010). Nessa rede, 17 vértices têm medida de centralidade de proximidade igual a 0,03 (vértices centrais), enquanto os demais obtiveram índice de 0,02 (vértices marginais).

O **coeficiente de agrupamento** indica o quão próximo os vértices vizinhos em uma rede estão realmente conectados (Hansen et al., 2010). Nessa rede, os menores valores são os vértices de Inovação Social e Aspectos Organizacionais, pois são aqueles com maior número de conexões existentes. A média desse índice é razoavelmente alta (0,84) e indica um alto potencial de agrupamento entre vértices.

Com o auxílio do software NodeXL, os clusters podem ser identificados a partir de algoritmos que analisam a estrutura da rede e a posição dos vértices. Vale ressaltar que o número de clusters não foi previamente definido, cabendo aos algoritmos da rede formar o número adequado de clusters que melhor representem a similaridade dos vértices. Nessa rede, as linhas mais proeminentes (largas), que conectam os clusters, indicam as relações entre eles, pois, embora os vértices sejam agrupados separadamente, não estão isolados de outros vértices pertencentes a outros clusters. Assim, entre CL1 e CL2 existem 928 conexões, seguidas por CL2 e CL3 com 724 conexões e CL1 e CL3 com 498 conexões. Outra medida de destaque é a modularidade, que representa a qualidade dos agrupamentos. Pode-se dizer que quando existem relacionamentos fortes e exclusivos entre os vértices dentro de um cluster, então há uma alta taxa de modularidade. Por outro lado, um valor de modularidade mais baixo indica que os vértices de um cluster também estão altamente conectados com vértices de outros clusters. Nessa rede, a modularidade do grafo é de 0,03, indicando uma alta interação entre os vértices dos diferentes grupos.

5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O cluster 1 [círculo], denominado “Empreendedorismo Social, Valor Social e Inovação”, possui 11 vértices e 484 relacionamentos (simples e duplicados). É um agrupamento que retrata empreendedorismo social (grau de vértice 35), necessidades sociais (35), valor social (34), inovação (33), governo e política (31), design (26), parcerias intersetoriais (25), aspectos humanos (29), abordagem institucional (29), abordagem do empreendedorismo (28) e conflitos, barreiras e motivadores (18). Os pesos de relacionamento mais fortes do Cluster 1 caem nas seguintes categorias: “Empreendedorismo Social” x “Necessidade Social” (22) e “Empreendedorismo Social” x “Valor Social” (21).

Dos quatro vértices principais, a categoria de empreendedorismo social se refere a empresas sociais, negócios sociais e/ou negócios de impacto (por exemplo, Dees, 2012; Phillips, Lee, Ghobadian, & O’Regan, 2015). A categoria de valor social envolve aspectos relacionados à inclusão social, empoderamento, mudança social, práticas sociais, justiça social e bem-estar (por exemplo, Molnár, 2017; Alexandre-Leclair, 2017). A categoria de necessidades sociais, refere-se aos desafios enfrentados pela SI, por exemplo, pobreza, minorias, desigualdade, corrupção e outros (por exemplo, Morais-da-Silva, Segatto & Bezerra-de-Sousa, 2019).

Os estudos mostraram uma forte orientação no contexto do empreendedorismo social (ES). Parte do interesse mútuo entre IS e ES é porque ambas oferecem um ponto de vista diferente das noções clássicas de empreendedorismo e inovação que constituem o modelo dominante de empresas com fins lucrativos (Phillips et al., 2015; Roundy & Bonnal, 2017). Estudos nessa direção compartilham uma visão focada em identificar oportunidades inovadoras para a solução de desequilíbrios sociais, priorizando a criação de valor social sobre a acumulação de valor econômico (Dees, Battle Anderson & Wei-Skillern, 2004; Bjärsholm, 2017). Tracey e Stott (2017) apontam três diferentes processos de ES, por meio dos quais a IS pode ocorrer, sendo: i) empreendedorismo social - onde a motivação é enfrentar os desafios sociais e gerar mudanças a partir da criação de uma organização; ii) intraempreendedorismo social - que busca a mudança a partir dos recursos e capacidades das organizações estabelecidas, portanto, enfrenta desafios sociais de dentro das organizações estabelecidas; iii) e empreendedorismo interorganizacional - que visa à mudança combinando ideias, pessoas, lugares, recursos e esforço coletivo dentro e entre as organizações. A crítica nesse campo é que apesar dos avanços teóricos, nos últimos anos, essa área ainda carece de uma base conceitual mais robusta (Bruin & Lewis, 2015).

Em relação à categoria inovação, os artigos discutem inovação tecnológica, inovação de produto, inovação de serviço, inovação de processo, sistemas de inovação, gestão da inovação e inovação aberta. Muitos estudos abordam a inovação da perspectiva teórica para entender como a IS é desenvolvida, implementada e disseminada no nível organizacional ou social (por exemplo, Mihci, 2019; Tidd & Bessant, 2018).

O cluster 2 [losango], intitulado “Cocriação, Tecnologia e Sustentabilidade”, possui dez vértices e adiciona 311 relacionamentos entre nós. É um grupo que apresenta discussões sobre colaboração e cocriação (33), países emergentes (33), tecnologia (32), sustentabilidade (31), abordagens teóricas (31), abordagem estratégica (30), aspectos financeiros (30), setor público (29), desenvolvimento rural ou regional (27) e rede (25). Nesse cluster, a relação de peso mais significativa foi entre as categorias “Colaboração e Cocriação x Setor Público” (15) e “Países Emergentes x Tecnologia” (13). A categoria colaboração e cocriação, refere-se à participação de vários atores e *stakeholders* de uma organização no desenvolvimento da IS (por exemplo, Martin & Upham, 2016; Shin, 2016). A categoria tecnologia discute como as tecnologias podem facilitar o acesso a conhecimentos e recursos e atender às necessidades sociais básicas. Esse cluster destaca a relação de tecnologia com os países emergentes. Alguns estudos discutem o papel da tecnologia no desenvolvimento de diferentes grupos-alvo e as principais barreiras no acesso à tecnologia, principalmente em áreas rurais (por exemplo, Prieto Mejia, Montes & Taborda, 2019; Roomi & Bhatt, 2016).

Outro aspecto a ser destacado diz respeito à relação de colaboração e cocriação com o setor público (Voorberg Bekkers, & Tummers, 2015; Shier & Handy, 2015; Shin, 2016). Em alguns estudos, há uma ênfase nos aspectos de governança, especialmente no setor público, por meio do envolvimento da comunidade e de atores locais, bem como da participação cívica (Flemig, Osborne & Kinder, 2016; Lévesque, 2014). Entre os artigos mais citados está o de Voorberg et al. (2015), onde os autores discutem IS no setor público, entendendo-a como resultados sociais que mudam fundamentalmente as relações, posições e regras entre as partes interessadas por meio da participação e colaboração do usuário final. A discussão é baseada na importância da cocriação e coprodução de usuários no processo da IS. Nessa perspectiva, a IS pode ser vista com enorme potencial para a gestão pública, pois vai além das estruturas organizacionais, visando a uma reconfiguração das estruturas de governança local (Adams & Hess, 2010). Implica não só a implementação de novas ideias, mas também em mudanças estruturais, infraestruturas e

ambientes sociais correspondentes, para que sejam estabelecidos significados sociais alternativos (Bouchard, 2012; Cajaiba-Santana, 2014). Estudos nessa direção, têm discutido a IS com base em “abordagens teóricas” fora da corrente principal de gestão e inovação. Além disso, a categoria sustentabilidade envolve diversos estudos sobre a relação entre sustentabilidade e inovação social, com forte ênfase nas discussões sobre transição para a sustentabilidade, principalmente, no desenvolvimento rural e no setor público (por exemplo, Wolfram, 2018).

O cluster 3 [quadrado], denominado “Inovação Social, Aspectos Organizacionais e Modelo de Negócios”, possui nove vértices e um total de 538 relacionamentos entre nós. É um cluster que retrata inovação social (grau de vértice 36), aspectos organizacionais (36), modelo de negócios (35), metodologia (34), educação (27), regiões desenvolvidas (25), ecossistema (23), comunidade (23) e outros (20). Os pesos dos relacionamentos mais fortes estão entre as categorias: “Inovação Social” x “Aspectos Organizacionais” (136); “Inovação Social” x “Modelo de Negócio” (48); “Inovação Social” x “Educação” (21); e “Inovação Social” x “Ecossistema” (20).

Esse cluster destaca a relação da IS com aspectos organizacionais e modelo de negócios. A categoria aspectos organizacionais está relacionada a características organizacionais como estrutura, processo, trabalho em equipe, satisfação no trabalho, desempenho e capacidade organizacional. Além disso, há discussões em torno das novas formas organizacionais que emergem de reconfigurações inovadoras e novos modelos de negócios (por exemplo, Misener & Misener, 2017).

Alguns estudos buscam compreender como as organizações desenvolvem capacidades para combinar o conhecimento do usuário e os fluxos de tecnologia, durante o processo da IS. Ou seja, é a capacidade de uma empresa de reconhecer o valor de novas informações externas - semelhantemente ao que acontece na inovação aberta (Chesbrough, 2003) - assimilá-las e aplicá-las para fins comerciais. Capacidade, nesse sentido, é uma característica fundamental das empresas inovadoras. Outros estudos abordam a satisfação e o bem-estar dos funcionários envolvidos com a inovação social (Casini et al., 2018) e, também, no trabalho em equipe, com foco em aspectos democráticos e maior participação e autonomia dos funcionários (Lapointe & Cucumel, 2015). A categoria modelo de negócios inclui estudos sobre como os empreendedores sociais alcançam o modelo de negócios baseado no impacto desejado (Zebryte & Jorquera, 2017).

A categoria educação inclui estudos sobre práticas socioeducativas relacionadas a problemas sociais, bem como iniciativas envolvendo universidades (por exemplo, Bennett, Cassim, & Van der Merwe, 2017). A categoria ecossistema, refere-se a redes compostas pela associação de múltiplos atores que se mobilizam em torno de situações problemáticas, envolvendo aceleradoras, incubadoras, financiadores, universidades, empresas e governo (por exemplo, Pel, Wittmayer, Dorland, & Jorgensen, 2018).

O cluster 4 [triângulo], intitulado “Setor sem fins lucrativos, Estratégia e Aprendizagem”, tem cinco vértices e adiciona 64 relacionamentos entre os nós. É um grupo que apresenta discussões sobre setor sem fins lucrativos (33), mensuração de impactos (28), estratégia (27), conhecimento e aprendizagem (26) e capacidades (21). Nesse cluster, as categorias obtiveram pesos iguais, não havendo outros pesos significativos entre as categorias. No que diz respeito à categoria setor sem fins lucrativos, alguns estudos destacam as redes de cooperação e o movimento solidário (por exemplo, Tello-Rozas, 2016). Além disso, chama-se a atenção para a parceria estratégica e alianças entre atores públicos, privados e sem fins lucrativos, tendo em vista o desenvolvimento e prática da IS (por exemplo, Manning & Roessler, 2014), bem como o uso de ferramentas estratégicas para compreender e gerenciar inovações sociais (Witkamp, Raven e Royakkers, 2011).

Sobre conhecimento e aprendizagem, Mirvis et al. (2016) verificam como as empresas aprendem a desenvolver inovações sociais de sucesso, adquirindo conhecimento tácito de fora. De forma

complementar, Godói-de-Sousa e Valadão Júnior (2011) apontam desafios ao longo do caminho para fomentar a aprendizagem dinâmica. Deve haver geração de conhecimento a partir da socialização de experiências coletivas. No entanto, o que ainda se observa é a falta de discussão conjunta e a predominância de ações de aprendizagem individualizadas. Mais discussões são necessárias sobre a aprendizagem em movimentos sociais, onde a aprendizagem coletiva cria identidade compartilhada e solidariedade, motivando as pessoas a participarem de processos de mudança social (Bennett & McWhorter, 2019).

Os pesos mais significativos entre as categorias de diferentes clusters incluem: “IS” e “Empreendedorismo Social” (136); “IS” e “Aspectos Organizacionais” (136); “IS” e “Inovação” (104); “IS” e valor social” (72); e “IS” e “Sustentabilidade” (68). A forte relação entre IS e ES corrobora o crescente número de estudos que investigaram a IS a partir desse modelo de empreendedorismo, cujo objetivo é a criação de valor social (Boons & Lüdeke-Freund, 2013). O foco da análise dos estudos tem sido no nível organizacional, ou seja, nas capacidades organizacionais, recursos e competências necessárias ao processo de geração, desenvolvimento e implementação da inovação social, bem como no papel do empreendedor nesse contexto (por exemplo, Phillips et al., 2015). Outras concentrações de foco de estudos são inovação e sustentabilidade.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal da pesquisa foi mapear a produção científica internacional sobre IS, a fim de identificar construtos teóricos e clusters relevantes com base na análise de redes. As principais contribuições deste trabalho foram analisar, por meio das redes formadas por clusters, como se desenvolveram os temas relacionados à IS e verificar quais estão mais fortemente conectados. Com base nos clusters formados e nas categorias mais citadas, alguns eixos principais puderam ser identificados, com ênfase principalmente em ES, aspectos organizacionais, inovação e valor social. Tais eixos podem representar uma orientação teórica nas discussões. Além disso, foi possível identificar os temas que ainda precisam de mais estudos, visualizando novas oportunidades de pesquisa. A análise da rede permitiu verificar, além dos relacionamentos fortes, as categorias não conectadas entre si, ou seja, as possíveis lacunas de pesquisa. O apêndice apresenta algumas lacunas que podem auxiliar significativamente em estudos futuros. Dentre as diversas possibilidades apresentadas na tabela, vale destacar alguns temas centrais, tendo em vista a orientação em estudos anteriores e também a necessidade de estudos mais aprofundados. Um exemplo são as redes de atores que emergem no desenvolvimento da IS. Ao contrário da literatura convencional de ES e inovação, em que os empreendedores individuais são destacados, a IS ocorre por meio de redes colaborativas envolvendo vários atores (Toivonen, 2016). Entender como as redes se formam, quais são os laços e a força das relações entre os atores pode contribuir para os avanços na área. As abordagens teóricas da nova sociologia econômica, bem como a análise de redes, podem trazer contribuições importantes.

A categoria ‘comunidade’ também merece atenção para pesquisas futuras e possíveis investigações surjam, por exemplo, sobre imersão local, contexto local, identidades compartilhadas, bem como práticas para criar coesão social e resiliência da comunidade (Pel et al., 2019). Tais estudos levantam a necessidade de ampliar a compreensão da IS a partir das experiências locais, buscando compreendê-las como um processo, espacialmente imersas e inseridas em territórios (Citroni, 2015). As abordagens teóricas sobre o desenvolvimento local, a nova sociologia econômica e o desenvolvimento sustentável podem avançar nessa direção.

O ecossistema é mais um assunto que precisa de mais estudos. Os ecossistemas de inovação social (EIS), as capacidades dos diferentes atores que constroem essas redes e os direcionadores que

facilitam ou inibem os EIS são aspectos a serem compreendidos. Uma compreensão mais profunda dos EIS se faz relevante, especialmente, sobre a rede de atores que compõem esse ecossistema. Outros aspectos pouco considerados no debate atual sobre EIS são a dinâmica multiescalar da inovação social e sua inserção territorial e sócio-histórica (Alijani, Luna, Castro-Spila, & Unceta, 2017; Pel et al., 2019).

Outra contribuição deste estudo refere-se ao aspecto metodológico, visto que o estudo avança nas discussões trazendo a ferramenta de análise de redes. A utilização de novas abordagens é necessária para ampliar e aprofundar a discussão do tema. Pesquisas futuras podem combinar diferentes métodos de pesquisa, sejam qualitativos ou quantitativos, para medir os impactos gerados pela IS, conforme sugerido por Voorberg et al. (2015).

Apesar da observação detalhada na análise de redes, algumas limitações podem ser apontadas neste estudo. Uma delas é que a pesquisa foi realizada apenas por meio da base de dados Scopus, na área de gestão e negócios. Não foram analisadas publicações de outras bases ou áreas, o que poderia trazer diferentes percepções sobre o tema. Outra limitação é a definição da palavra-chave utilizada para filtrar os artigos. O termo escolhido para o estudo foi “*social innovation*” e “*social innovat**”, entretanto outros termos semelhantes poderiam ser incluídos para ampliar as variáveis a serem estudadas. Nesse sentido, conceitos do tipo inovação social poderiam ter sido utilizados para uma melhor compreensão do fenômeno.

REFERÊNCIAS

- Adams, D. & Hess, M. (2010). Social innovation and why it has policy significance. *Economic and Labour Relations Review*, 21(2), 139-155.
- Agostini, M. R., Vieira, L. M., Tondolo, R. R. P. & Tondolo, V. A. G. (2017). Uma Visão Geral Sobre a Pesquisa em Inovação Social: Guia Para Estudos Futuros. *Brazilian Business Review*, 14(4), 385-402.
- Alexandre-Leclair, L. (2017). Social entrepreneurship and social innovation as a tool of women social inclusion and sustainable heritage preservation: The case of the Sougha Establishment in UAE. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 31(3), 345-362.
- Alijani, S., Luna, A., Castro-Spila, J. & Unceta, A. (2017). Building capabilities through social innovation: implications for the economy and society. Finance and economy for society: integrating sustainability. *Critical Studies on Corporate Responsibility, Governance and Sustainability*, 11, 293-313.
- Ayob, N., Teasdale, S., Fagan, K. (2016). How Social Innovation “Came to Be”: Tracing the Evolution of a Contested Concept. *Journal of Social Policy*, 1, 1-19.
- Banerjee, A. & Duflo, E. (2014). Do Firms Want to Borrow More? Testing Credit Constraints Using a Directed Lending Program. *Review of Economic Studies*, 81, 572-607.
- Bennett, A.G., Cassim, F., & Van der Merwe, M. (2017). How Design Education Can Use Generative Play to Innovate for Social Change: A Case Study on the Design of South African Children’s Health Education Toolkits. *International Journal of Design*, 11(2), 57-72.
- Bennett, E.E., & McWhorter, R.R. (2019). Social Movement Learning and Social Innovation: Empathy, Agency, and the Design of Solutions to Unmet Social Needs. *Advances in Developing Human Resources*, 21(2), 224-249.
- Bignetti, L. P. (2011). As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. *Ciências Sociais Unisinos*, 47 (1), 3-14.

- Bjärsholm D. (2017). Sport and social entrepreneurship: A review of a concept in progress. *Journal of Sport Management*, 31(2), 1-41.
- Boons, F. & Lüdeke-Freund, F. (2013). Business models for sustainable innovation: state-of-the-art and steps towards a research agenda, *Journal of Cleaner Production*, 45, 9–19.
- Bouchard, M. J. (2012). Social innovation, an analytical grid for understanding the social economy: The example of the Québec housing sector. *Service Business*, 6 (1), 47-59.
- Bruin, A. & Lewis, K.V. (2015). Traversing the Terrain of Context in Social Entrepreneurship. *Journal of Social Entrepreneurship*, 6(2), 127-136.
- Cajaiba-Santana, G. (2014). Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 82, 42-51.
- Citroni, S. (2015). Civic Events in a Dynamic Local Field. The Role of Participation for Social Innovation. *Industry and Innovation*, 193-208
- Dees, J. G. (2012). A Tale of Two Cultures: Charity, Problem Solving, and the Future of Social Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 321-334.
- Dees, J.G., Battle A. & Wei-Skillern, J. (2004). Scaling social impact: Strategies for spreading social innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 1, 24–32.
- Denyer, D. & Tranfield, D. (2009). Producing a systematic review. In D. A. Buchanan & A. Bryman (Eds.), *The Sage handbook of organizational research methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Ltd., 671-689.
- D’Ovidio, M. & Pradel, M. (2013). Social innovation and institutionalisation in the cognitive-cultural economy: Two contrasting experiences from Southern Europe. *Cities*, pp. 69-76.
- Evans, J. D. & Winston, E. (2008). Loan delinquency among small business owners in Ghana: The importance of gender to the lending process. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 5(3-4), 318-336.
- Fink M., Lang R. & Harms R. (2013). Local responses to global technological change — Contrasting restructuring practices in two rural communities in Austria. *Technological Forecasting and Social Change*, 80 (2), 243-252.
- Flecha, R. (2012) European research, social innovation and successful cooperativist actions. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 4(4), 332-344.
- Flemig, S., Osborne, S. & Kinder, T. (2016). Risky business—reconceptualizing risk and innovation in public services. *Public Money and Management*, 36(6), 425-432.
- Fossati, E. C., Degavre, F., & Nyssens, M. (2017). How to deal with an “essentially contested concept” on the field? Sampling social innovations through the Delphi method. *European Public & Social Innovation Review*, 2(1), 45–58.
- Godói-de-Sousa E. & Júnior V.M.V. (2013). Social Enterprises in Brazil: Socially Produced Knowledge Versus Social Innovation. *Journal of Technology Management & Innovation*, 8, Special Issue ALTEC, 166-176.
- Groot, A., Dankbaar, B. (2014). Does Social Innovation Require Social Entrepreneurship? *Technology Innovation Management Review*, 4(12), 17-26.
- Hansen, D. (2011). Exploring social media relationships. *On the Horizon*, 19 (1), 43-51.

- Hansen, D., Shneiderman, B., & Smith, M. A. (2010). *Analyzing social media networks with NodeXL: Insights from a connected world*. Morgan Kaufmann.
- Harman, K., Koohang, A., & Paliszkievicz, J. (2014). Scholarly interest in gamification: a citation network analysis. *Industrial Management & Data Systems*, 114(9), 1438-1452.
- Jaeger, E., Rückert, J. & Schäfer. (2015). Sustainable consumption through social innovation: a typology of innovations for sustainable consumption practices. *Journal of Cleaner Production*, 108(1), 784-798.
- Lettice, F. & Parekh, M. (2010). The social innovation process: themes, challenges and implications for practice. *Int. J. Technology Management*, 51 (1).
- Lévesque, B. (2014). As inovações sociais podem contribuir para transformações, mas isso não é tão evidente. *Revista Ciências em Debate*, 1 (2), 179-199.
- Manning, S. & Roessler, D. (2014). The Formation of Cross-Sector Development Partnerships: How Bridging Agents Shape Project Agendas and Longer-Term Alliances. *Journal of Business Ethics*, 123(3), 527-547.
- Martin, C.J., & Upham, P. (2016). Grassroots social innovation and the mobilisation of values in collaborative consumption: a conceptual model. *Journal of Cleaner Production*, 134, 204-213.
- Mihci, H. (2019). Is measuring social innovation a mission impossible? *Innovation The European Journal of Social Science Research*, 31(1), 337-367.
- Misener, K.E., & Misener, L. (2017). Grey is the new black: Advancing understanding of new organizational forms and blurring sector boundaries in sport management. *Journal of Sport Management*, 31(2), 125-132.
- Mirvis, P. et al. (2016). Corporate social innovation: How firms learn to innovate for the greater good. *Journal of Business Research*, 69(11), 5014-5021.
- Molnár, G. (2017). Capability building combined with microcredit: the loan alone is insufficient. *Journal of Social Entrepreneurship*, 8(3), 1-21.
- Morais-da-Silva, R.L., Segatto, A.P. & Bezerra-de-Sousa, I.G (2019). Connecting Two Sides: A Qualitative Study on Social Innovation Ventures and Poor Communities in an Emerging Economy. *Voluntas*.
- Moulaert, F., Martinelli, F., Swyngedouw, E., & Gonzalez, S. (2010). *Towards Alternative Model(s) of Local Innovation*. *Urban Studies*, 42(11), 1669-1990.
- Mulgan, G. (2006). The process of social innovation. *Innovations*, 1(2), 145-162.
- Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R., & Sanders, B. (2007). *Social Innovation: What it is, why it matters and how it can be accelerated*. Londres: The Basingstoke Press.
- Mumford, M.D. (2002). Social Innovation: Ten Cases from Benjamin Franklin. *Creativity Research Journal*, 14(2), 253-266.
- Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G. (2010). *The Open Book of Social Innovation*. London: NESTA/The Young Foundation. Retrieved May 1, 2019, from: <https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/The-Open-Book-of-Social-Innovationg.pdf>.
- Nicholls, A., & Murdock, A. (2011). *Social Innovation: Blurring Boundaries to Reconfigure Markets*: Springer.

- Nicholls, A., Simon, J., & Gabriel, M. (2015). *New Frontiers in Social Innovation Research*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- OCDE (2004). Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. *Manual de Oslo: proposta de diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação tecnológica*. 3. ed. Brasília: FINEP.
- OECD (2011). LEED Forum on Social Innovations. Retrieved from: <http://www.oecd.org/>.
- Pel, B., Wittmayer, J., Dorland, J., & Jorgensen, M.S. (2019). Unpacking the social innovation ecosystem: an empirically grounded typology of empowering network constellations. *Innovation The European Journal of Social Science Research*, 33(3), 311-336.
- Phills, J., Deiglmeier, K., & Miller, D. (2008). Rediscovering social innovation. *Stanford Social Innovation Review* (Fall), 34–43.
- Phillips, W., Lee, H., Ghobadian, A., & O'Regan N.J. (2015). Social Innovation and Social Entrepreneurship: A Systematic Review. *Group and Organization Management*, 51, 9-21.
- Pol, E., & Ville, S. (2008) Social innovation: buzz word or enduring term. *The Journal of Socio-Economics*, 38, 878–885.
- Prieto Mejia S., Montes Hincapie J. M., & Taborda Giraldo, J.A. (2019). A Hub-based University Innovation Model. *Journal of Technology Management & Innovation*, 14(1), 11-17.
- Roomi, M.A., & Bhatt, P. (2016). Social Innovation with Open Source Software: User Engagement and Development Challenges in India. *Technovation*, 52, 28-39.
- Roundy P.T., & Bonnal M. (2017). The Singularity of Social Entrepreneurship: Untangling its Uniqueness and Market Function. *Journal of Entrepreneurship*, 32p. Retrieved May 18, 2019, from: <https://doi.org/10.1177/0971355717708068>.
- Schumpeter, J. A. (1982). *A Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. São Paulo: Abril Cultural.
- Shier, M.L., & Handy, F. (2015). Social Change Efforts of Direct Service Nonprofits: The Role of Funding and Collaborations in Shaping Social Innovations. *Human Service Organizations Management, Leadership and Governance*, 39(1), 6-24.
- Shin, C. (2016). A conceptual approach to the relationships between the social economy, social welfare, and social innovation. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 7(2), 154-172.
- Silveira, F.F., & Zilber, S.N. (2017). Is social innovation about innovation? A bibliometric study identifying the main authors, citations and co-citations over 20 years. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 21(6), 459-484.
- Souza, I. G. B., Segatto, A. P., & Silva, R. L. M. (2017). *Análise do uso de teorias organizacionais em estudos da inovação social: uma revisão sistemática da literatura nacional e internacional*. Paper presented at the EnAnpad 2017, São Paulo, São Paulo.
- Taylor, J. B. (1970). Introducing Social Innovation. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 6(1), 69–77.
- Tello-Rozas, S. (2016). Inclusive Innovations Through Social and Solidarity Economy Initiatives: A Process Analysis of a Peruvian Case Study. *Voluntas*, 27, 61-85.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2018). Innovation Management Challenges: From fads to fundamentals. *International Journal of Innovation Management*, 22(5), 1-13.

- Toivonen, T. (2016). What is the Social Innovation Community? Conceptualizing an Emergent Collaborative Organization. *Journal of Social Entrepreneurship*, 7(1), 49-73.
- Tracey, P., & Stott, N. (2017). *Social innovation: a window on alternative ways of organizing and innovating*, 19(1), 51-60.
- Van der Have, R. P., & Rubalcaba, L. (2016). Social Innovation Research: An emerging area of innovation studies? *Research Policy*, 45, 1923-1945.
- Voorberg, W. H., Bekkers, V. J., & Tummers, L. G. (2015). A systematic review of co-creation and co-production: Embarking on the social innovation journey. *Public Management Review*, 17(9), 1333-1357.
- Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social network analysis: Methods and applications*. Cambridge University Press.
- Westley, F., & Antadze, N. (2012). Making a difference. Strategies for scaling social innovation for greater impact. *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, 15(2), 2-19.

CONTRIBUIÇÕES DE AUTORIA

JCB – contribuições na pesquisa: Conceptualização; Curadoria de dados; Análise formal; Metodologia; Validação; Rascunho original por escrito; Redação, revisão e edição.

ES – contribuições na pesquisa: Curadoria de dados; Análise formal; Metodologia; Programas; Redação, revisão e edição.

ACVC – contribuições na pesquisa: Análise formal; Validação; Rascunho original por escrito; Redação, revisão e edição.

MP – contribuições na pesquisa: Análise formal; Redação, revisão e edição.

CONFLITO DE INTERESSE

Nenhum potencial conflito de interesse foi relatado pelos autores.

Peso das relações entre categorias.

Categories	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
Business Model (1)	8	0	7	4	1	4	3	6	8	2	11	6	2	3	3	29	3	5	4	1	1	2	10	1	5	4	10	48	6	5	9	2	10	6	4	233	
Capabilities (2)	8	1	0	0	3	0	0	0	2	0	1	1	1	0	0	6	0	2	2	2	0	1	16	0	0	0	0	2	18	5	5	6	5	1	0	1	88
Collaboration and Co-creation (3)			7	6	0	5	1	0	4	3	2	2	1	4	4	16	1	4	0	7	2	3	31	1	15	1	8	44	6	9	6	2	6	4	1	206	
Community (4)				6	0	0	0	1	2	0	2	1	4	1	0	2	0	0	0	7	1	2	7	1	0	2	7	19	3	0	0	0	1	5	10	84	
Conflicts, Barriers and Drivers (5)					2	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	2	7	1	0	3	1	0	4	2	0	2	0	2	11	1	3	0	0	0	1	44	
Cross-sector Partnerships (6)						5	1	0	0	1	1	2	1	2	1	2	7	3	0	0	3	5	13	0	2	2	10	31	5	4	13	0	1	3	0	115	
Design (7)							13	1	0	3	2	1	0	2	2	10	2	2	1	5	0	2	6	0	1	2	4	26	4	2	1	0	0	6	0	98	
Developed Regions (8)								4	5	1	5	0	5	8	0	0	2	1	1	3	0	1	11	1	0	0	5	18	1	3	4	3	1	0	4	87	
Ecosystem (9)									7	3	0	4	3	3	0	4	0	0	0	2	2	0	6	1	0	1	9	20	0	0	2	4	5	1	1	78	
Education (10)										2	2	0	2	1	1	0	3	11	3	7	0	1	6	1	2	0	5	21	9	4	0	0	4	2	1	88	
Emerging Countries (11)											9	2	4	3	5	5	2	3	2	3	2	5	10	1	1	8	23	41	5	10	1	2	9	13	5	174	
Entrepreneurship Approach (12)												1	2	1	7	5	5	2	0	2	0	2	3	1	0	0	13	22	3	5	1	0	5	5	0	85	
Financial Aspects (13)												14	7	4	15	1	0	9	0	2	4	9	0	1	0	7	40	2	1	8	2	6	3	13	148		
Government and Policy (14)													10	2	14	3	3	1	1	0	3	11	0	8	1	5	38	4	11	0	0	3	4	5	127		
Human Aspects (15)															3	7	1	2	0	1	0	2	7	2	0	1	10	32	10	5	1	4	4	8	4	104	
Innovation (16)																80	6	13	11	7	6	1	22	0	5	1	6	104	13	12	11	3	37	21	6	365	
Institutional Approach (17)																	8	1	1	4	0	0	5	0	3	4	5	30	1	7	0	1	2	5	7	84	
Knowledge and Learning (18)																		10	1	13	2	2	20	0	5	0	10	34	12	8	0	2	0	8	0	127	
Measuring Impacts (19)																			5	5	1	5	5	0	0	2	10	28	6	1	3	2	3	2	4	82	
Methodology (20)																				5	3	3	13	1	4	7	21	55	9	11	5	1	5	4	11	158	
Network (21)																					2	4	7	0	2	5	9	17	3	3	2	0	4	1	3	62	
Non-profit Sector (22)																						15	10	3	4	9	21	42	13	10	2	1	0	7	5	142	
Organizational Aspects (23)																							55	1	11	5	40	136	13	20	23	9	22	15	13	363	
Others (24)																								3	1	0	0	8	1	3	1	1	0	0	0	18	
Public Sector (25)																									23	1	5	48	11	13	2	2	3	6	1	115	
Rural or Regional Development (26)																										4	6	27	4	1	3	0	9	5	6	65	
Social Entrepreneurship (27)																										41	136	22	21	28	7	22	3	13	293		
Social Innovation (28)																												21	62	72	59	27	68	54	48	411	
Social Needs (29)																													12	18	6	3	7	11	11	68	
Social Value (30)																													8	7	3	11	7	8	44		
Strategic Approach (31)																														9	12	10	1	6	38		
Strategy (32)																															6	3	3	4	16		
Sustainability (33)																																				63	
Technology (34)																																				36	
Theoretical Approaches (35)																																				20	
Total	8	8	8	15	16	3	17	18	12	26	16	34	20	40	45	35	207	41	59	44	76	27	67	285	18	95	60	294	1115	246	275	213	104	310	252	228	4329

Fonte: Dados da Pesquisa