

Vivemos em uma fase de transição econômica, por alguns denominada “economia do conhecimento”. Nessa conjuntura, destaca-se o papel proeminente da inovação como um processo crucial ao crescimento e desenvolvimento econômico de uma nação, seja nos países avançados, seja nos países emergentes. Deste modo, pelo viés dos estudos da Sociologia Econômica, constatou-se o quanto se faz necessário o fomento de uma cultura de inovação no Brasil, para que o país continue seu processo de crescimento econômico mantendo uma inserção qualificada na competição por mercados internacionais. O estudo proposto será realizado através de fontes secundárias, utilizando-se recorte do livro produzido pela Série Cadernos da Indústria da Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI), “Inovação: estratégias de sete países”. O objetivo principal é o de examinar estratégias de sete países quanto às políticas e ações que visam ao incentivo dos processos de inovação, tendo em vista mostrar e conhecer, por meio de comparações, não somente o que há de diferente, mas apontar possíveis soluções para problemas similares entre os diversos países e como algumas medidas possibilitaram o fomento de uma cultura inovadora. Assim, o recorte se concentrará nos estudos relativos ao Brasil, França e Irlanda devido ao fato de serem países que já consolidaram, ou estão em processo de consolidação de sua cultura inovadora. A escolha de utilizar a França como objeto de estudo ocorre devido a sua característica de presença estatal forte, assim como no Brasil, de possuir fortes laços acadêmicos com nosso país e pelo fato de ser uma nação de destaque no âmbito econômico, mas que vem ao longo dos últimos anos aplicando reestruturações institucionais voltadas às políticas de inovação. Por outro lado, a escolha da Irlanda nos mostra o quanto investimentos em educação e a consolidação de uma base econômica nacional, com investimentos de P&D em pequenas e médias empresas, assim como em start-up, possibilitam a inserção de um país no mercado global.