



INOVA-SALA: UM PROJETO INOVADOR PARA O ESTUDANTE DO FUTURO

RAFAEL PEREIRA OCAMPO MORÉ

Universidade Federal de Santa Catarina

rafael.more@ufsc.br

ELISETE DAHMER PFITSCHER

Universidade Federal de Santa Catarina

elisete.dahmer@ufsc.br

VANESSA CUSTÓDIA INÁCIO

Universidade Federal de Santa Catarina

vaneessinhah_inacio@hotmail.com

Resumo

A educação mundial vem atravessando nos últimos anos importantes transformações no que se refere à inserção de novas tecnologias e inovação no processo de ensino-aprendizagem. Da mesma forma, o estudante de hoje, seja ele do ensino médio ou superior, busca cada vez mais conhecimentos e qualificações que possam prepará-los para o mercado de trabalho, e nesse caso, o ensino do empreendedorismo pode ser uma excelente alternativa na busca de uma oportunidade. Oferecer um ensino de qualidade e direcionado às necessidades do mercado certamente representa um grande desafio para a academia, e neste sentido, é preciso pensar novos modelos e iniciativas que possam fomentar estratégias de ensino focadas às reais necessidades dos alunos. O objetivo do artigo é debater sobre o estímulo do empreendedorismo e inovação no ensino médio, e para isso, é apresentada uma proposta de formação de uma estrutura física diferenciada para escolas públicas ou privadas customizada para atender o interesse do estudante e ajudá-lo na sua formação técnica: a Inova-Sala.

Palavras-chave: Inovação; Empreendedorismo; Ensino-aprendizagem; Escolas

1. Introdução

As escolas do século XXI vêm buscando modelos inovadores de gestão e ambientes físicos diferenciados para estimular seus estudantes a um olhar empreendedor e de geração de ideias. Diante disso, as escolas precisam reinventar as técnicas de ensino adotadas, de modo a integrar e preparar técnicos e professores no acompanhamento dos alunos e na preparação de futuros profissionais qualificados para o mercado de trabalho.

Nas universidades, por exemplo, modelos de incubação ou de pré-incubação já existem, podendo ser caracterizados como *habitats* de inovação. A grande maioria tem por objetivo o estímulo ao empreendedorismo e inovação de pessoas ou empresas, em que o ambiente pode atuar como agente promotor da transferência de informações e de conhecimentos na geração de novos negócios e de novas ideias (STOPPER, 1995).

Habitats de inovação podem ser caracterizados como parques científicos ou tecnológicos, pré-incubadoras ou incubadoras de universidade, *coworking*, distritos ou centros de inovação (SPOLIDORO, 1999; LAHORGUE, 2006).

É importante destacar que a partir dos anos 70 muitos países estabeleceram seus *habitats* de inovação como parte de sua estratégia para desenvolver novos motores de crescimento.

Segundo Felsenstein (1994), esses ambientes podem ser criados a partir de duas perspectivas: a sementeira (ou de input tecnológico) e a catalisadora. A primeira busca fomentar o desenvolvimento de novas empresas orientadas à inovação e facilitar a transferência do know-how das universidades para as empresas, o que ocorre, por exemplo, nas incubadoras. A segunda, por sua vez, pode retratar o papel de um catalisador do desenvolvimento ou de revitalização da economia regional para a promoção de um crescimento econômico sustentável e, nessa perspectiva, se encontram os parques científicos e tecnológicos, e os centros de inovação (também conhecidos como distritos de inovação).

Sendo assim, observa-se que países em desenvolvimento, como é o caso do Brasil, têm investido em seus *habitats* com o propósito de criar um ambiente organizacional capaz de potencializar o nível de avanço tecnológico das indústrias locais, promovendo pesquisas ou desenvolvimento industrial.

A partir desse contexto voltado à inovação, por que não pensar em espaços físicos em escolas públicas e privadas estruturadas e adaptadas para o estímulo ao empreendedorismo e inovação? A partir desse questionamento é apresentada a proposta de Inova-Sala para o ensino médio.

Inova-Sala representa espaços físicos em escolas, que através do apoio de professores e técnicos com diferentes habilidades e competências, buscam contribuir para a formação técnica dos estudantes, permitindo a construção de conhecimento já nos primeiros passos no ensino do empreendedorismo aos futuros profissionais do Brasil.

Com a criação de Inova-Salas, o Governo pode apoiar o desenvolvimento nacional, e juntamente com as atuais legislações, encontros, seminários e orientações já existentes, reflexo de uma política do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação do Governo Federal, criar e fortalecer mecanismos e modelos que viabilizem uma infraestrutura de ambientes voltados à inovação, ajudando no crescimento sustentável da economia brasileira (MCTI, 2016).

Em outras palavras, o desdobramento de ações para a estruturação de espaços de suporte à inovação nos diversos estados brasileiros, como vêm acontecendo em grande escala em Estados como São Paulo, Rio de Janeiro e Santa Catarina, demonstram o interesse dos gestores públicos em acelerar a criação e/ou ampliação da infraestrutura para o incremento da inovação, em que todos estes ambientes podem ser chamados como *habitats* de inovação. Autores como Smilor e Gill (1986), Bellavista e Sanz (2009), Luz, Kovalski, Andrade

Junior, Penteadó e Zammar (2014) contextualizam as definições conceituais dos vários formatos de ambientes com esse objetivo.

Destaca-se ainda que no contexto de *habitat* de inovação pode haver sinergia entre a chamada tríplice hélice. Este modelo se traduz pela união e interação entre instituições de ensino, mercado e poder público, que juntamente a um conjunto de fatores locais tais como: infraestrutura urbana qualificada, meios de comunicação ágeis, ou população com nível elevado de educação (ZEN, 2005), que podem ajudar a formar um sistema de inovação que contribua para o desenvolvimento da sociedade e do mercado.

A partir do que é apresentado por Damião, Zouain e Plonski (2013), que defendem ambientes de estímulo à inovação como sendo diferenciados e bem estruturados, estes podem ser expandidos também através da Inova-Sala, ou seja, escolas públicas ou privadas que buscam oferecer as condições favoráveis à formação de um corpo social crítico e qualificado para entrar no mercado de trabalho.

Sendo assim, é importante destacar que em razão do alto risco envolvido em futuros processos que envolvam ações de inovação, as Inova-Salas podem minimizar os riscos associados em iniciativas inovadoras futuras, e maximizar os resultados de novos empreendimentos criados, constituindo-se assim em excelentes e promissores espaços de criação de sistemas de inovação (ZOUAIN, 2003).

Outro destaque está em estes ambientes poderem ser propícios ao desenvolvimento contínuo de outros tipos de resultados, tais como: estratégias de relacionamentos; busca de conhecimento do mercado; noções sobre economia; e motivação em estar na sala de aula. É importante destacar que a Inova-Sala pode representar um importante espaço de aprendizagem coletiva a partir da troca de conhecimentos, de práticas produtivas e de interações entre diferentes agentes (DONALDSON; PRESTON, 1995; MITCHELL; AGLE; WOOD, 1997; FROOMAN, 1999; BELLAVISTA; SANZ, 2009).

Contextualizado e apresentado o tema de pesquisa, a seguir apresentam-se os principais preceitos teóricos que irão sustentar a apresentação dos resultados e considerações finais.

2. Conhecendo os pilares da Inova-Sala

O movimento de empreendedorismo é crescente no Brasil e as escolas precisam caminhar no mesmo sentido, promovendo o incentivo a esse crescimento por meio da educação empreendedora e, conseqüentemente, formando profissionais hábeis ao exercício do empreendedorismo inovador.

Assim como já ocorre nas universidades, em que a mentalidade acadêmica, voltada para o avanço da ciência e a publicação, vem sendo ampliada na direção de uma mentalidade empreendedora, as escolas também precisam criar esforços de estimular o empreendedorismo e inovação em seus alunos, desenvolvendo projeto de aplicação prática e que gerem desenvolvimento econômico e social (PLONSKI, 1999).

Em discussão no Senado Federal, a Comissão de Educação, Cultura e Esporte discute projetos que podem incluir o empreendedorismo nos currículos do ensino médio e dos anos finais do ensino fundamental. Além disso, a proposta introduz o estímulo ao empreendedorismo e à inovação como finalidade da educação superior.

O objetivo do senador José Agripino (DEM-RN), autor do PLS 772/2015, é tratar o empreendedorismo não como uma nova disciplina, mas como tema transversal, assim como já acontece com os direitos humanos, tema incluído em 2014.

Para o senador, é preciso promover o protagonismo dos alunos e estimular atitudes de criatividade, assertividade e busca da inovação, o que não acontece normalmente nas escolas.

De acordo com a justificativa do projeto, o que ocorre, em geral, é o estímulo à repetição, e não ao novo.

O Senador Agripino destaca ainda que a educação para o empreendedorismo não tem a pretensão de tornar todas as crianças empresários, mas criar uma mentalidade empreendedora para a vida, o que serviria também para o setor público, o mundo artístico e o voluntariado. O mesmo ainda enfatiza que o empreendedorismo pode contribuir para os projetos de vida dos estudantes.

A relatora, a senadora Lídice da Mata (PSB-BA), deu voto favorável ao projeto e apresentou três emendas. A decisão da comissão é terminativa. Isso significa que o texto não precisará ser votado pelo Plenário se não houver recurso com esse fim, seguindo, então, direto para a Câmara dos Deputados.

Considerando também o processo de criação da figura do empreendedor, conforme proposto por GASSE (2002), ele se divide em quatro estágios: conscientização, pré-incubação, incubação e implementação das empresas. O primeiro visa conscientizar docentes e discentes para a importância de gerar valor econômico a partir das pesquisas. O segundo abrange o planejamento inicial e a estruturação das ideias em projetos empresariais. O terceiro, por sua vez, compreende o amadurecimento dos projetos, em geral dentro de incubadoras de empresas. E o quarto, por fim, corresponde à consolidação das empresas já inseridas de forma independente no mercado (muitas vezes, em parques tecnológicos) (CHENG; DRUMMOND; MATTOS, 2004).

Nesse sentido, o primeiro passo, da conscientização, é algo que já pode, e precisa ser trabalhado nas escolas, de modo que professores e estudantes desenvolvam um olhar crítico e fundamentado para o empreendedorismo e inovação, trabalhando os primeiros passos para chegar à universidade, com o objetivo final de chegar ao mercado.

Em artigo publicado, os autores Sela, Sela e Franzini (2006), apresentam uma proposta de metodologia de ensino intitulada “Pedagogia Empreendedora”.

A “Pedagogia Empreendedora” é uma metodologia de ensino de empreendedorismo para a educação básica, atingindo, portanto, crianças e adolescentes, dos 4 aos 17 anos, da pré-escola ao nível médio, que utiliza a Teoria Empreendedora dos Sonhos. É um momento curricular onde o tema central seja o desenvolvimento da consciência de que cada um possui o direito de sonhar e a capacidade de buscar a realização de seu sonho.

Para os autores, em um primeiro momento, o aluno desenvolve um sonho, um futuro onde deseja chegar, estar ou ser. E num segundo momento, ele busca realizar o sonho e para isto, se vê motivado a aprender o necessário a esse objetivo.

O seu objetivo é a inserção do ensino de empreendedorismo na rede de ensino pública e privada, evitando-se a duplicação de meios e esforços e minimizando-se custos.

Destaca-se que a metodologia considera as raízes da cultura brasileira, o que é uma exigência irrecusável, já que o empreendedorismo é um fenômeno cultural. Ela toma o empreendedorismo no sentido amplo, ou seja, mais como uma forma de ser do que como uma atividade.

Ainda para os autores, a metodologia não é diretiva, isto é, não induz a criança ou o adolescente a ser empreendedor na área empresarial nem, tampouco, em qualquer área. Esta é uma opção do indivíduo. O que se pretende é que o aluno seja empreendedor em qualquer área que escolher: no governo, no terceiro setor, como empregado, como pesquisador, como artista. Cabe ao aluno, e somente a ele, fazer opções profissionais e decidir que tipo de empreendedor irá ser.

Desta maneira, acredita-se que a integração entre o ensino do empreendedorismo e as escolas pode se dar com a inserção didática de práticas empreendedoras reais por meio de atividades curriculares e extracurriculares, proporcionando a exposição de ideias inovadoras que possam resultar na formação mais eficiente de empreendimentos iniciais.

Essa integração acarretaria em lançar no mercado não mais simples administradores prontos para gerenciar grandes corporações, e sim pessoas arquetizadas de conhecimentos para estarem aptos a abrir um negócio, um empreendimento, assim como buscar inovações dentro das empresas em que trabalham, atuando como intra-empresendedores e contribuindo para a contínua inserção e sobrevivência das organizações dentro de ambientes cada dia mais complexos (HENRIQUE; CUNHA, 2008).

Nesse sentido, a criação de Inova-Salas em escolas públicas e privadas pode contribuir para o alcance de maior visibilidade e impacto das atividades empreendedoras na sociedade, bem como possibilitar a integração de várias iniciativas empreendedoras em um ambiente de estímulo à inovação.

Considerando principalmente o processo de criação de um ambiente voltado à inovação, é necessário observar o desenvolvimento das empresas e a geração de produtos e serviços que contemplem o interesse da sociedade e do mercado. Schumpeter (1997) destaca que inovações representam novas combinações: técnicas; mercadológicas, traduzidas por novas combinações comerciais; e organizacionais, na forma de novas organizações dos negócios.

Logo, a inovação pode estar relacionada à exploração de oportunidades delineando com precisão as fronteiras que delimitam o espaço de cada nicho de mercado, para assim melhorar e atender mercados carentes por novos serviços (PAVITT, 2004).

Considera-se importante destacar que atualmente as variáveis tempo e rapidez são elementos estratégicos para buscar diferenciais competitivos de atuação no mercado (produtos ou serviços diferenciados).

Por sua vez, considerando as pressões e necessidades da sociedade e do mercado, são também elementos essenciais para o seu processo de inovação, uma vez que os ciclos de vida dos produtos e o tempo de seus desenvolvimentos estão cada vez mais curtos, num cenário em que os clientes esperam serviços e produtos de pronta entrega (OECD, 2015).

Neste contexto, caracterizado por intensa concorrência e de pressões de mercado cada vez maiores, registra-se que a intensidade da concorrência, a rápida globalização e as constantes mudanças na área de tecnologia da informação tornam a inovação inevitável para as pessoas, de forma que elas possam entender e capturar oportunidades através do desenvolvimento de novos produtos e do próprio mercado (HAUKNES, 1998; LOBIANCO; RAMOS, 2004; KUBOTA, 2009).

Desta forma, para que pessoas e empresas possam ter um diferencial competitivo que as permitam se posicionar de maneira estratégica no mercado, a inovação não poderia se basear apenas na realização de pesquisa e desenvolvimento, mas também em iniciativas que possibilitem essas empresas gerarem capacidades gerenciais e de mercado únicas.

Ou seja, seus processos de inovação podem estar voltados à geração de conhecimento baseado em modelos estratégicos que consideram aspectos sociais e econômicos, estimulando a atuação em rede, evitando-se organizações isoladas (HAUKNES, 1998; LOBIANCO; RAMOS, 2004; KUBOTA, 2009).

Sendo assim, a inovação pode melhorar o desempenho por meio da otimização de sua capacidade de inovar e melhorar processos gerenciais de produção, considerando a aplicação de novas práticas organizacionais e o desenvolvimento da capacidade empresarial em adquirir e gerar novos conhecimentos (ALVARENGA NETO, 2004; OECD, 2015).

Neste contexto, a inovação requer a promoção de criação e compartilhamento de conhecimento, quando proporciona novas possibilidades através da combinação de diferentes informações. O conhecimento pode ainda existir ou resultar de um processo de busca por tecnologia, mercado ou ações de concorrência (TIDD; BESSANT; PAVITT, 2008).

Ou seja, Profissionais formados a partir de projetos escolares têm na inovação seu diferencial de mercado e também a chave para seu sucesso no futuro. A partir desses

processos, esses profissionais tendem a se qualificar no uso adequado de tecnologias e conhecimentos, frutos de um processo de cooperação maduro e duradouro (SILVA, 1996).

Em muitos países o movimento de *habitats* de inovação sempre esteve relacionado ao movimento de empreendedorismo, onde a criação de empresas e o suporte aos empreendedores têm sido enfatizados. Como o movimento de empreendedorismo tem crescido rapidamente no Brasil nos últimos anos, é natural que sistemas de suporte aos empreendedores, como é caso das Inova-Salas, também sigam essa tendência de crescimento acelerado (DORNELAS, 2002).

Segundo a Anprotec (1998), *habitats* de inovação precisam amparar o estágio inicial de projetos nascentes que se enquadram em determinadas áreas de negócios. No caso das Inova-Salas, poderiam ser definidas como um ambiente flexível e encorajador para o estudante, no qual são oferecidas facilidades para o surgimento e o crescimento de novos empreendimentos (DORNELAS, 2002).

Assim, Inova-Salas, podem ser mantidas de modo compartilhado por entidades governamentais, escolas públicas ou privadas, grupos comunitários, entre outros, promovendo o desenvolvimento de futuros profissionais mediante serviços e suporte técnico compartilhado, bem como orientação prática e profissional, com o objetivo de produzir futuros profissionais de sucesso.

3. Inova-Sala na Prática

A proposta do artigo buscou apresentar um modelo de estruturação de espaço físico diferenciado para escolas do ensino médio a fim de estimular o empreendedorismo e inovação de estudantes, e para isso, foram analisados metodologias e legislações em vigor no Brasil.

Portanto, para propor um modelo de estrutura física para escolas públicas e privadas, este foi amparado no que foi intitulado de Inova-Sala, um modelo que seja diferenciado e inovador para escolas, além de estimulante e inovador para os alunos.

Neste modelo, busca-se criar um caminho para a geração de ideias que tenham um impacto social positivo, transformando boas ideias em ações para a sociedade, sejam para futuros negócios privados ou projetos sociais.

O modelo a ser apresentado é caracterizado por um modelo de orientação ao empreendedorismo, noções básicas e economia, finanças pessoais e mercado, conhecimento este estruturado levado a cabo por professores e técnicos das escolas, num formato em que os alunos possam gerar e desenvolver ideias para que, num futuro próximo, possam alcançar viabilidade, e terem chances de serem apoiados por investidores e empresários.

Para se chegar à proposta idealizada, foram analisados diversos regulamentos, regimentos, editais e manuais que compõem o ensino do empreendedorismo no ensino médio e superior, a exemplo de estruturas de incubadoras pertencentes a diferentes Universidades, quais sejam: Universidade Presbiteriana Mackenzie, Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Universidade Federal de Alagoas (UFAL), Universidade Federal de Alenas (UNIFAL), Universidade Federal de Lavras (UFLA), Universidade Federal de Viçosa (UFV), Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), Universidade de São Paulo (USP), Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA – RS), Universidade Federal do Paraná (UFPR).

Cabe registrar que não foram encontrados modelos aplicados em escolas de ensino médio, e por esse motivo, foram utilizados conceitos aplicados na educação superior, sendo adaptados considerando especificidades da educação básica.

Como resultado da análise, estruturou-se um sistema de geração e desenvolvimento de ideias numa estrutura denominada Inova-Sala. Esse modelo está ilustrado na figura a seguir.

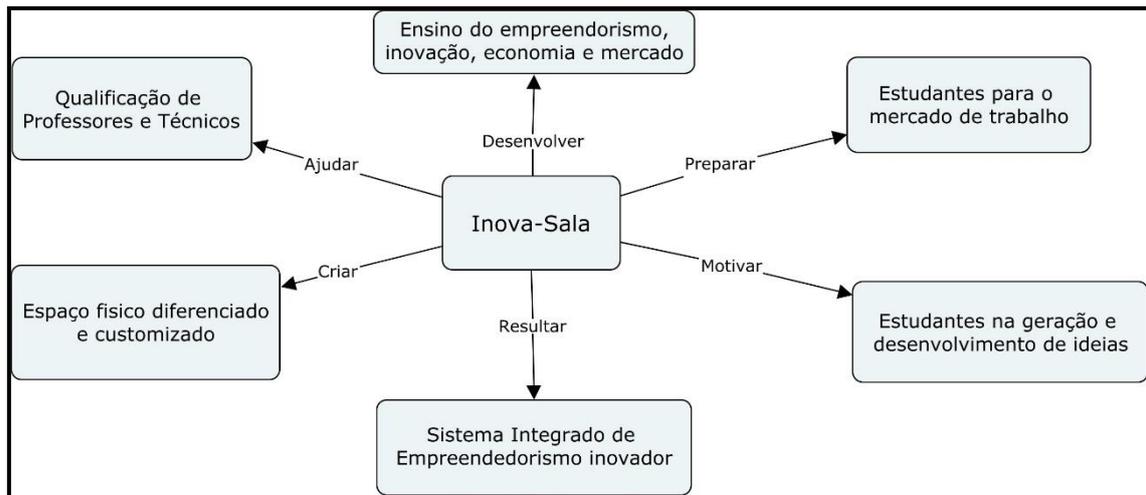


Figura 1: modelo Inova-Sala
Fonte: elaborado pelo autor

O modelo de geração e desenvolvimento de ideias estruturado para o ambiente da Inova-Sala se traduz, basicamente, por um espaço físico diferenciado, algo semelhante a um *coworking*, em um ambiente acolhedor e que permita aos alunos de escolas públicas ou privadas colocarem a “mão-na-massa”, ou seja, trabalhar em seus projetos.

Para esse processo ter sucesso, é preciso que professores e técnicos das escolas trabalhem em união a partir de um conjunto de conhecimentos alinhados ao estudo do empreendedorismo, inovação, economia e finanças pessoais, conhecimentos esses formatados numa linguagem simples e acessível ao público direcionado, ou seja, jovens alunos com anseio de se qualificar ao mercado e conseguir um bom emprego, seja ele a partir do seu próprio negócio, ou sendo qualificado para ser contratado por uma empresa.

No ambiente da Inova-Sala, os alunos serão instigados a trabalhar em equipe, de modo a construir projetos de negócios ou projetos sociais que possam ter, no futuro, o impacto social desejado. As escolas deverão motivar e orientar seus alunos a participarem de projeto de extensão, formação essa considerada complementar a educação dos alunos e elemento importante para a formação do caráter profissional, do que podemos entender como o futuro do país.

O objetivo da proposta com a Inova-Sala está em fazer algo novo, diferenciado do que ocorre atualmente nas escolas de ensino médio, em que professores, técnicos e alunos possam em conjunto construir um ensino de melhor qualidade criado e amparado nas atuais necessidades da sociedade. É preciso estimular o ensino criativo, integrador, em que os diferentes atores escolares possam fomentar ideias criativas e construtivas de um futuro próspero e promissor que o Brasil tanto precisa.

REFERÊNCIAS

ALVARENGA NETO, R. C. D. **A construção do conceito de gestão do conhecimento:** práticas organizacionais, garantias literárias e o fenômeno social. Belo Horizonte: Reuna, Vol. 9, N. 2, pp. 57-74, ago 2004.

BELLAVISTA, J.; SANZ, L. Science and technology parks: habitats of innovation: introduction to special section. **Science and Public Policy**, Vol. 36, N. 7, Berlin, pp. 499-510, 2009.

CHENG, L. C.; DRUMMOND, P. H. F.; MATTOS, P. A Integração do trinômio tecnologia, produto e mercado na pré-incubação de uma empresa de base tecnológica. **Anais...** 3ª Conferência Internacional de Pesquisa em Empreendedorismo na América Latina (CIPEAL), Rio de Janeiro, 2004.

DAMIÃO, D.; ZOUAIN, D. M.; PLONSKI, G. A. Articulação do Sistema de Inovação de Sorocaba, considerando como referência a experiência francesa: Les Pôles de Compétitivité. Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas, **Anais...** do Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadora de Empresas, pp. 1-18, 2013.

DOLABELA, Fernando Celso. **Empreendedorismo no Brasil**: uma metodologia revolucionária. online, 2005. Disponível em <<http://www.projeto.org.br/tv/prog10/html>>. Acesso em: 25 maio de 2016.

DONALDSON, T.; PRESTON, L. E. The stakeholder theory of corporation: concepts, evidence and implications. **Academy Management Review**, Vol. 20, N. 1, pp. 65-91, 1995.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro. Ed. Campus, 2002.

EMPREENDE. **Projeto**: Centro de Empreendedorismo Tecnológico e Inovação, Belo Horizonte, UFMG, Fevereiro, 2003.

ETZKOWITZ, H. The norms of entrepreneurial science: Cognitive Effects of the New University – Industry Linkages. **Research Policy**, pp. 823-833, 1998.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo Vol. 34, N. 2, 1999.

FREIRE, Paulo & BETTO, Frei. **Essa escola chamada vida**. São Paulo: Ática, 11ª ed., 2000.

FROOMAN, J. Stakeholder influence strategies. **Academy Management Review**, Vol. 24, N. 2, pp. 191-205, 1999.

GASSE, Y. **Entrepreneurship Centres**: Roles and Positioning in the Entrepreneurial Process. In: Menzies, T.V. (Ed) *Entrepreneurship and the Canadian Univ. – Strategies and Best Practices of Entrep. Centres*, Fac. of Business, Brock University, 2002.

HAUKNES, J. **Services in innovation**: innovation in services. Oslo: STEP group, STEP, Storgaten, 1998.

HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. da. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais, **Rev. Adm. Mackenzie**, São Paulo, Vol. 9, N. 5, p. 112-136, 2008.

KUBOTA, L.C. As KIBS e a inovação tecnológica das firmas de serviços. **Economia e Sociedade**, Campinas, Vol. 18, N. 2, pp. 349-369, ago. 2009.

LOBIANCO, M. M. L.; RAMOS, A. S. M. Uso da internet no setor de hotelaria de recife: PE. **RAE-Eletrônica**, Vol. 3, N. 2, art. 16, jul./dez. 2004.

LUZ, A. A.; KOVALESKI, J. L.; ANDRADE JUNIOR, P. P.; PENTEADO, R. F. S.; ZAMMAR, A. Habitats de inovação e a sinergia do potencial acadêmico, tecnológico e inventivo em Ponta Grossa, Paraná, Brasil, **Espacios**, Vol. 35, N. 6, pp. 1, 2014.

MARKHAM, S. K. Moving Technologies from Lab to Market. **Research-Tech. Management**, Vol.45, pp.31-42, 2002.

MCTI, Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação. **Proposta da estratégia nacional de ciência, tecnologia e inovação 2016-2019**. Disponível em:

<[http://www.mcti.gov.br/documents/10179/35540/Estrat%C3%A9gia+Nacional+de+Ci%C3%Aancia,%20Tecnologia+e+Inova%C3%A7%C3%A3o+\(Encti\)%202016-2019+-+documento+para+discuss%C3%A3o/5a4fe994-955e-4658-a53c-bc598af09f7e](http://www.mcti.gov.br/documents/10179/35540/Estrat%C3%A9gia+Nacional+de+Ci%C3%Aancia,%20Tecnologia+e+Inova%C3%A7%C3%A3o+(Encti)%202016-2019+-+documento+para+discuss%C3%A3o/5a4fe994-955e-4658-a53c-bc598af09f7e)>. Acesso em: 15 abr. 2016.

MITCHELL, R. K.; AGLE, B. R.; WOOD, D. J. Toward theory of stakeholder identification and salience: defining the principal of who and what really counts. **Academy of Management Review**, Vol. 22, N. 4, pp. 853-886, 1997.

OECD. **Manual de Oslo**. Disponível em: <<http://www.oecd.org/sti/inno/2367580.pdf>>. Acesso em: 18 Ago. 2015.

PLONSKI, G. A. Cooperação universidade-empresa: um desafio gerencial complexo. **Revista de Administração da USP**, Vol 34, N. 4, pp. 5-12, 1999.

SELA, V. M.; SELA, F. E. R.; FRANZINI, D. Q. Ensino do Empreendedorismo na Educação Básica, voltado para o Desenvolvimento Econômico e Social Sustentável: um estudo sobre a metodologia “Pedagogia Empreendedora” de Fernando Dolabela, **Anais... 30^o Encontro Anpad**, Enanpad, 2006.

SILVA, F. Q. B da. **Cooperação Empresa/Universidade**: contexto, análise e perspectivas. 1996. Disponível em: < <http://www.di.ufpe.br/~srlm/secomu96/fabio.htm>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

SMILOR, R. W.; GILL JUNIOR, M. D. **The new business incubator**. Estados Unidos: Lexington Brooks, 1986.

TERRA, Branca S. D. B. **O empreendedorismo e a inovação tecnológica**. Disponível em: <http://www.capitalderisco.gov.br/vcn/empreendedorismo>>. Acesso em: 25 abr. 2016.

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. **Gestão da Inovação**. Porto Alegre – RS: Bookman, 2008.

ZEN, A. C. A articulação e o desenvolvimento dos parques tecnológicos: O caso do Programa Porto Alegre Tecnópole – Brasil. **Anais... XI Seminário Latino Iberoamericano de Gestão Tecnológica**, Salvador/BA, pp. 1-12, 2005.

ZOUAIN, D. M. Contribuições para o planejamento de parques tecnológicos urbanos.
Revista Gestão & Tecnologia, Vol. 2, N. 1, pp. 1-13, 2003.

ZOUAIN, M.; PLONSKI, A. **Parques Tecnológicos** – Planejamento e Gestão. ANPROTEC:
SEBRAE; Brasília: 2006.