

Economia Social e Pública

LUCCA SIMEONI PAVAN
(Organizador)



 **Atena**
Editora
Ano 2018

Lucca Simeoni Pavan
(Organizador)

Economia Social e Pública

Atena Editora
2018

2018 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Geraldo Alves e Natália Sandrini

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

E19	Economia social e pública [recurso eletrônico] / Organizador Lucca Simeoni Pavan. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2018. Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-85107-27-7 DOI 10.22533/at.ed.277180409 1. Cooperativismo – Brasil. 2. Economia social. I. Pavan, Lucca Simeoni. CDD 334.0944
-----	---

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo do livro e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

2018

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

E-mail: contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

O estudo da economia tem como foco principal estudar as relações de eficiência da escolhas dos agentes. Este ramo da ciência trata da obtenção da melhor escolha por parte dos agentes econômicos dada as restrições que eles enfrentam. Em sua grande maioria, os estudos econômicos e, por sua vez, as decisões de políticas consequentes destes estudos, falham quando não levam em conta os impactos sociais de tais escolhas econômicas e como tais políticas transbordam para outros segmentos da sociedade que não foram vislumbrados no momento de formulação e aplicação de determinada política.

Estudos econômicos que coloquem ao centro questões sociais e públicas no conjunto de fatores influenciados por políticas e decisões econômicas são de fundamental importância na construção de uma sociedade próspera, justa e organizada. Por este fato, este livro compila excelentes estudos que abordam questões sociais e questões públicas conjuntamente com o ferramental propiciada pela ciência econômica. A ênfase principal dos artigos é tratar especificamente da economia solidária, e quais suas aplicação e interpretações de fenômenos econômicos esta metodologia proporciona e quais são suas contribuições para a interpretação das relações econômicas e sociais.

Nesta coletânea os estudos abordam as mais diferentes regiões do Brasil, tratando de questões regionais e da desigualdade econômica existente em nosso país. A localização é um fator destacado dentre os trabalhos contidos aqui. Por meio da Economia Solidária, estudou-se tanto a região urbana quanto a região rural, mostrando que a utilização da teoria da economia Solidária pode incorporar diversos aspectos da organização territorial. Outro aspecto relevante estudado são as questões econômicas e jurídicas referentes ao mercado de trabalho, que foram abordadas por meio das teorias Econômicas voltadas para as questões sociais e de interesse público.

Por fim, esta coletânea vem contribuir imensamente com o estudo da Economia Social e Pública, principalmente ao que se refere à questões de Economia Solidária e Arranjos ou Associações Produtivas. Sem dúvida o leitor terá em mãos excelentes referências para identificar temas de estudo, referências para pesquisas e autores identificados com o tema.

Lucca Simeoni Pavan
Doutorando em economia pelo PPGDE/UFPR

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
SENTIDOS DO TRABALHO: UMA PERSPECTIVA DE TRABALHADORES DE ECONOMIA SOLIDÁRIA	
Gabriela Comissario Santos Susana Iglesias Webering	
CAPÍTULO 2	22
EMPREENDEDORISMO SOCIAL: INTEGRANDO SOCIEDADE E ACADEMIA	
Roberto André Polezi Eduardo Avancci Dionisio	
CAPÍTULO 3	36
TRAJETÓRIA DA COOPERATIVA DOS PRODUTORES DE OSTRAS DE CANANÉIA: TRADUÇÕES E RESILIÊNCIA	
Ingrid Cabral Machado Newton José Rodrigues da Silva	
CAPÍTULO 4	64
O PAGAMENTO POR SERVIÇOS AMBIENTAIS COMO CONTRIBUIÇÃO PARA A SUSTENTABILIDADE EM UNIDADE DE CONSERVAÇÃO	
Elenize Freitas Avelino Roberta Monique da Silva Santos	
CAPÍTULO 5	70
CENTRAL DA AGRICULTURA FAMILIAR DE NATAL - RN NA PERCEPÇÃO DOS BENEFICIADOS: UM ESPAÇO DE INCLUSÃO FAMILIAR, SOLIDARIEDADE E SUSTENTABILIDADE?	
Rivânia Maria Pinto Rodrigues Gonzalez Canejo Erika Araújo da Cunha Pegado	
CAPÍTULO 6	79
ASSOCIAÇÃO DE HORTIFRUTIGRANJEIROS ORGÂNICOS DE BOA VISTA – RR (HORTIVIDA): PLANTANDO E COLHENDO SOB A ÉTICA DA ECONOMIA SOCIAL E SOLIDÁRIA.	
Dayana Machado Rocha Cleane da Silva Nascimento Márcia Teixeira Falcão Emerson Clayton Arantes	
CAPÍTULO 7	92
MODELO TEÓRICO DE ORGANIZAÇÃO PARA A PRODUÇÃO COLETIVA DE ARTESANATO: O CASO DA ASSOCIAÇÃO DE MULHERES ARTESÃS DA ÁREA RURAL DE MONGAGUÁ/SP ¹	
Newton José Rodrigues da Silva Marisa Vicente Catta-Preta Thais Maria Muraro Silva Mariany Martinez dos Santos	

CAPÍTULO 8	124
LAVANDERIA 8 DE MARÇO, SANTOS/SP: UMA EXPERIÊNCIA DE VALORIZAÇÃO DE MULHERES	
Márcia Silveira Farah Reis	
Newton José Rodrigues da Silva	
CAPÍTULO 9	159
ECONOMIA SOCIAL SOLIDÁRIA COMO ESTRATÉGIA PARA A GESTÃO DE EMPREENDIMENTOS	
ECONÔMICOS LOCAIS DA COMUNIDADE RIBEIRINHA NOSSA SENHORA DO LIVRAMENTO,	
MANAUS, AMAZONAS	
Duarcides Ferreira Mariosa	
Luciana Melo Felix da Silva	
CAPÍTULO 10	168
ANÁLISE DOS ASPECTOS JURÍDICOS, LEGAIS E TRIBUTÁRIOS DOS EMPREENDIMENTOS	
SOLIDÁRIOS NA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA	
Arlete Cândido Monteiro Vieira	
Roney Rezende Rangel	
CAPÍTULO 11	186
QUADRO TEÓRICO DE APOIO À ATUAÇÃO DE EXTENSIONISTAS PARA O FORTALECIMENTO	
DA ECONOMIA SOLIDÁRIA	
Newton José Rodrigues da Silva	
Abelardo Gonçalves Pinto	
Edna Ferreira Maddarena Lopez	
Olivier Mikolasek	
SOBRE O ORGANIZADOR	222

EMPREENDEDORISMO SOCIAL: INTEGRANDO SOCIEDADE E ACADEMIA

Roberto André Polezi

Centro Universitário Salesiano de São Paulo
(UNISAL).
Americana – SP

Eduardo Avancchi Dionisio

Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)
Campinas - SP

RESUMO: Essa pesquisa objetivou mostrar como uma instituição de ensino superior pode contribuir para incentivar as atitudes empreendedoras (sociais) em estudantes da graduação. Para atingir esse objetivo, nós propomos aos estudantes um projeto de inovação, orientado a resolução de problemas socioeconômicos da cidade de Americana/ SP. A partir de entrevistas com os estudantes engajados no desenvolvimento de soluções sociais, foi constatado que os estudantes desenvolveram senso crítico e a capacidade de propor soluções capazes de melhorar seu contexto. Por fim, identificamos que os estudantes preferem uma abordagem empreendedora social para a resolução dos problemas, em vez de desenvolver e transferir tecnologias para a comunidade.

PALAVRAS-CHAVE: Inovação. Tecnologia social. *Design thinking*

ABSTRACT: This research aimed to show how an institution of higher education can contribute to encourage (social) entrepreneurial attitudes in undergraduate students. To achieve this goal, we propose to the students an innovation project, aimed at solving the socioeconomic problems of the city of Americana / SP. From interviews with students engaged in the development of social solutions, it was found that students developed a critical sense and the ability to propose solutions capable of improving their context. Finally, we identify that students prefer a social entrepreneurial approach to problem solving, rather than developing and transferring technologies to the community.

KEY-WORDS: Innovation. Social Technology. Design Thinking

1 | INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem como propósito compreender de que forma uma instituição de ensino superior (IES) tem contribuído para as atitudes empreendedoras sociais dos estudantes do curso superior em comunicação social. Dentro deste enfoque cabe destacar dois objetivos específicos: (1) identificar se um projeto de inovação, desenvolvido em sala de aula, proporcionou aos estudantes

novas percepções, reflexões e ações, frente aos problemas sociais da cidade de Americana/SP; (2) trazer evidências acerca da percepção dos estudantes quanto aos conhecimentos para a consecução de habilidades empreendedoras com viés social, obtidos durante o desenvolvimento do projeto de inovação.

Essa pesquisa entende que as atitudes empreendedoras sociais geram atividades inovativas, realizadas por meio de combinações de diferentes recursos com vistas a buscar oportunidades e necessidades para impulsionar transformações sociais e/ou fornecer soluções para as demandas sociais (MAIR; MARTÍ, 2006). Entendemos que o empreendedorismo social representa uma das formas de transformar a realidade e estimular nos estudantes, o senso crítico, proporcionando ensino-aprendizagem mais amplo e democrático (GADOTTI, 2009).

Para atingir aos objetivos propostos, essa pesquisa foi dividida em mais cinco seções, excluindo-se essa da introdução. A segunda seção, apresenta o conceito de tecnologia social, realizando um contraponto com a tecnologia comercial. A terceira seção trata dos conceitos de empreendedorismo social e oportunidade empreendedora social, esta seção, também aborda as diferenças entre as definições e campos de estudo dessa vertente do empreendedorismo. A quarta seção trata dos procedimentos metodológicos adotados nessa pesquisa. Por fim, a quinta seção, aborda os resultados, apresenta uma síntese das soluções para problemas sociais desenvolvidas pelos estudantes e suas percepções em relação as questões sociais da cidade e habilidades empreendedoras desenvolvidas durante o desenvolvimento do projeto.

2 | TECNOLOGIA SOCIAL (TS)

A tecnologia está presente em cada aspecto do cotidiano humano, sendo um dos fatores que possibilitou os atuais padrões de desenvolvimento socioeconômico e o crescimento populacional (MACKENZIE; WAJCMAN, 1999). Contudo, ainda que a tecnologia possibilite transformações socioeconômicas e políticas, esses fatores contextuais interferem no seu desenvolvimento (AUTIO et al., 2014; MACKENZIE; WAJCMAN, 1999).

De acordo com Dagnino (2004) a tecnologia convencional (TC) não é adequada para difundir a inclusão social, pois busca criar valor comercial para seus desenvolvedores (empresas). Dessa maneira, a tecnologia convencional é:

Funcional para a empresa privada que, no capitalismo, é responsável por “transformar” o conhecimento em bens e serviços, os governos centrais apoiam seu desenvolvimento; organizações profissionais que a concebem estão imersos no ambiente social e político que a legitima e demanda; porque trazem consigo seus valores e, por isso, reproduzem-no (DAGNINO, 2004, p. 24).

Enquanto a TS é “adaptada a pequeno tamanho; liberadora do potencial físico e financeiro; e da criatividade do produtor direito; não discriminatória (patrão x empregado); orientada para o mercado interno de massa” (DAGNINO, 2004, p.

23), além de ser “capaz de viabilizar economicamente os empreendimentos auto gerenciários e as pequenas empresas” (DAGNINO, 2004, p. 23).

O termo “tecnologia social” se relaciona com vários termos utilizados na área de ciências sociais, como “técnica social”, “pedagogia social”, “tecnocracia”, “sócio técnica”, “engenharia de ciências políticas”, “planejamento social”, entre outros (ETZEMÜLLER, 2009; KNOBLAUCH, 2006). Leibetseder (2011) argumenta que estes termos, são ligados pelo enfoque social. A TS se refere à aplicação do conhecimento sociológico na resolução de problemas aplicados, isto é, o conhecimento é a base para subsidiar as decisões ou atos específicos. Por outro lado, “a tecnologia social aplica métodos e teorias para obter uma análise científica baseada para um propósito, que é, então usado para decisões políticas” (LEIBETSEDER, 2011, p. 9) Para Etzemüller (2009) o uso de métodos e teorias fornecem um arcabouço empírico para o desenvolvimento de soluções racionais para problemas sociais. O Instituto de Tecnologia Social define TS como um “conjunto de técnicas, metodologias transformadoras, desenvolvidas e/ ou aplicadas na interação com a população e apropriadas por ela, que representam soluções para inclusão social e melhoria das condições de vida” (ITSBRASIL, 2004, p. 26).

Adimensão científica é central no âmbito das TS, uma vez que todas as tecnologias se caracterizam pela aplicação de “conhecimentos, ciência, tecnologia e inovação para a resolução de um problema” (ITSBRASIL, 2012, p. 13). Embora integrem avanços científicos como a TC, as tecnologias sociais vão além das tecnologias convencionais, pois enfatizam aspectos ausentes ou negligenciados por esta última, fundamentando-se principalmente em conhecimentos empíricos e científicos para fornecer soluções para problemas sociais ou para atender as necessidades específicas, como “alimentação, saúde, saneamento e habitação, até atividades produtivas, de desenvolvimento e defesa do meio ambiente” (ITSBRASIL, 2012, p. 13). Gadotti (2009) enfatiza uma dimensão pedagógica, pois não impõe uma solução para problemas específicos, mas promove a inclusão e mudança social por meio da integração dos “sujeitos beneficiados pelo projeto ou produto, desde sua organização e implementação até sua avaliação” (GADOTTI, 2009, p. 56), tendo em vista, o desenvolvimento autônomo das localidades onde as tecnologias foram implementadas, além da sua permanência, continuidade e aprimoramento, minimizando as dependências tecnológicas da população (GADOTTI, 2009; ITSBRASIL, 2012).

3 | EMPREENDEDORISMO SOCIAL

A literatura de empreendedorismo apresenta múltiplas definições desenvolvidas por diferentes pesquisadores com pontos de vista, por vezes opostos (BAUMOL, 1990; DRUCKER, 1994; KIRZNER, 1978; SCHUMPETER, 1934). A seguinte definição de empreendedorismo foi utilizada nessa pesquisa:

a capacidade manifesta e a vontade dos indivíduos, por si só, em equipes, dentro e fora das organizações existentes, de: perceber e criar novas oportunidades econômicas (novos produtos, novos métodos de produção, novos esquemas organizacionais e novas combinações de produtos-mercado) e apresentar suas ideias ao mercado, diante da incerteza e de outros obstáculos, tomando decisões sobre localização, forma e uso de recursos e instituições (WENNEKERS, SANDER; THURIK, 1999, p. 46).

De acordo com Austin, Stevenson e Wei-Skillern (2006) o empreendedorismo social é uma subdivisão do empreendedorismo comercial, a qual, segundo a OECD (2010, p. 188) “visa fornecer soluções inovadoras para problemas sociais não resolvidos. Portanto, muitas vezes acompanha os processos de inovação social, visando melhorar a vida das pessoas através da promoção de mudanças sociais”.

Contudo, a literatura não apresenta um consenso sobre a definição do termo empreendedorismo social e suas limitações para outras áreas de estudo continuam confusas (BRUYAT; JULIEN, 2001; DODD; ANDERSON, 2007; DODD; KELES, 2015; FELÍCIO; MARTINS GONÇALVES; DA CONCEIÇÃO GONÇALVES, 2013; SPENCER; KIRCHHOFF; WHITE, 2008) Para alguns pesquisadores (AUSTIN; STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2006; BOSCHEE, 1998) o empreendedorismo social é uma atividade desempenhada por organizações sem fins lucrativos em busca de financiamento ou parcerias para criar valor social. Para outros (SAGAWA; SEGAL, 2000; WADDOCK, 1988), trata-se de uma atividade de responsabilidade social desempenhada por corporações com fins lucrativos. Por outro lado, um grupo de pesquisadores (ALVORD; BROWN; LETTS, 2004) se refere ao empreendedorismo social como um vetor de mudanças e de resolução de problemas sociais.

Nessa pesquisa, adotaremos a definição de empreendedorismo social proposta por Mair e Martí (2006, p. 37): “um processo que envolve o uso inovador e a combinação de recursos para buscar oportunidades para catalisar mudanças sociais e/ou atender às necessidades sociais”. Essa definição é adequada para refletir os pressupostos do trabalho proposto aos estudantes do curso de comunicação social, pois vemos o empreendedorismo social como um processo que resulta na criação de valor, este, obtido por meio da combinação de recursos e novos modelos de gestão. Tais combinações, objetivam explorar oportunidades para a criação de valor social, impulsionando a transformação social ou por meio do atendimento das demandas sociais. Por fim, o empreendedorismo social, quando visto como um processo, contempla a oferta de serviços e/ou produtos, mas também pode contemplar o desenvolvimento de novos negócios. Por fim, sob a ótica de processo, o empreendedorismo social envolve a alocação de recursos para fins produtivos, isto é, oferta de serviços e/ou produtos, mas também pode se referir ao desenvolvimento de novos negócios.

Embora o projeto desenvolvido em sala de aula, tenha como objetivos, o estímulo ao senso crítico, identificação de problemas sociais que afetam partes da população de Americana e o desenvolvimento de propostas de valor para atender as necessidades dessa camada social, a criação de novas organizações não se trata de

um dos objetivos diretos do projeto. Contudo, os estudantes têm a possibilidade de obter auxílio para o desenvolvimento de um negócio, baseado em sua proposta de valor na incubadora da instituição.

Conforme o exposto, a TS e o empreendedorismo social, embora apresentem orientação a resolução de problemas sociais, são dois campos distintos. A TS ocorre quando a propriedade da tecnologia, assim como o know-how é transferido para a comunidade. Por outro lado, o empreendedorismo ocorre, quando empreendedores oferecem soluções para um problema, no entanto, são remunerados por isso.

3.1 Reconhecimento da oportunidade social

A oportunidade trata-se de um fator essencial para o empreendedorismo comercial e social (MAIR; MARTÍ, 2006). A diferença entre as oportunidades comerciais e sociais reside no valor gerado por cada forma de empreendedorismo. A atividade empreendedora com viés comercial objetiva a maximização de riqueza pessoal e/ou acionária (AUSTIN; STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2006; ROBINSON, 2006). Por outro lado, a geração de valor pelo empreendedorismo social é mais complexa, pois além da necessidade de criar valor econômico como o empreendedorismo comercial, esta modalidade visa a solução de problemas sociais, como a criação de renda para camadas sociais não favorecidas ou a revitalização de áreas de risco (CORNER; HO, 2010).

De maneira geral, o valor criado por empreendedores se materializa na forma de novos produtos e/ou serviços, processos e novos mercados (SCHUMPETER, 1934). Dessa maneira, o reconhecimento de uma oportunidade viável é um dos fatores que impulsionam a atividade empreendedora (MCMULLEN; SHEPHERD, 2006). Por outro lado, Alvarez e Barney (2007) argumentam que as oportunidades podem ser criadas pelos empreendedores ou derivadas de fatores exógenos. Contudo, no projeto desenvolvido em sala de aula, os estudantes foram orientados a reconhecer oportunidades sociais que além de promover transformações sociais, possam ser rentáveis.

4 | METODOLOGIA

Em agosto de 2016, no âmbito da disciplina de inovação oferecida pelo curso de comunicação social, foi apresentado um projeto com viés empreendedor, tendo em vista a geração de valores para o município de Americana/SP, valor este, medido por meio da criação de tecnologias sociais ou da ideação de um negócio social (empreendedorismo). A operacionalização desse projeto seguiu quatro etapas:

A **primeira etapa** consistiu na apresentação da proposta para o corpo discente da turma do quarto semestre do curso de comunicação social, embora, o mesmo já conhecesse conceitos teóricos sobre inovação e sustentabilidade, adquiridos ao longo

de todo o semestre. Durante essa etapa, os estudantes foram introduzidos ao conceito *Design Thinking* (DK) que se refere a uma abordagem crítica e criativa que permite organizar informações e ideias para subsidiar a tomada de decisões para promover transformações sociais por meio do aprendizado, considerando interesses e valores humanos no processo de modelagem (BROWN, 2009; MEINEL; LEIFER, 2012).

O DK é propositalmente um processo participativo e busca elaborar e avaliar ligeiramente múltiplas soluções plausíveis para obter uma considerada ótima (BROWN, 2008; DENNING, 2013). Esta abordagem tem origem na empresa IDEO, fundada em 1991 por David Kelley em parceria com outras empresas de design. Em 2006, com a fundação do Stanford Design Center por Kelley, o conceito de DK foi difundido no âmbito acadêmico e organizacional, resultando no desenvolvimento de projetos governamentais bem-sucedidos, os quais corroboraram para o direcionamento dos holofotes da administração público no *design thinking* (DENNING, 2013).

De acordo com Waloszek (2012) e Plattner, Meinel e Weinberg (2009) o DK se caracteriza por ser uma abordagem humana, a qual apresenta forte integração da experimentação com diversas ferramentas e tecnologias e, pela colaboração em equipes multidisciplinares. A abordagem ainda apresenta uma visão integrativa e holística sobre problemas complexos e, se trata de um processo constituído por seis etapas, são elas:

1. Compreender: trata-se de obter uma ideia/compreensão inicial de um problema;
2. Observar: nessa etapa, se faz necessário visitar o ambiente, observar o problema e suas características;
3. Definir: nessa fase, os envolvidos com o projeto deverão definir um foco de trabalho com base nas observações empíricas do problema e do local;
4. Idear: se trata da etapa na qual, os participantes devem gerar inúmeras ideias para expandir as possibilidades de encontrar uma solução ótima para um problema;
5. Prototipagem: nessa fase, é apresentada a solução inicial para o problema, a qual deve ser compartilhada com outras pessoas para além de identificar o grau de aceitação dessa solução, receber *insights* para aperfeiçoá-la.
6. Testar: nessa etapa, a solução é finalmente testada, caso tenha sucesso poderá ser implementada e replicada em outros ambientes que apresentam o mesmo problema.

A **segunda etapa** foi de responsabilidade dos estudantes e consistiu na identificação de uma problemática associada a questões sociais, que posteriormente foi confirmada, por pesquisa de campo por meio de elaboração e aplicação de questionários tendo em vista o aprofundamento em problemas relacionados aos transportes, financiamento de Organizações Não-Governamentais (ONGs) e setores públicos. A **terceira etapa** foi desenvolvida em horário letivo, consistindo na construção do produto e/ou serviço relacionado ao problema social identificado. A **quarta etapa**

consistiu na apresentação dos resultados em sala de aula e avaliação pelos pares.

Na operacionalização deste estudo de natureza exploratória-descritiva, utilizou-se dados primários obtidos por meio de entrevistas com os estudantes para compreender e descrever suas propostas de transformação social orientadas à solução problemas associados a parte da população da sociedade de Americana e posteriormente, foram realizadas novas entrevistas para compreender as percepções dos estudantes envolvidos com o projeto, tendo em vista, identificar se os conhecimentos adquiridos proporcionaram criticidade em relação aos problemas sociais da cidade e geraram capacidades empreendedoras nos discentes para a exploração de oportunidades de empreendedorismo social.

5 | RESULTADOS

5.1 Descrição das propostas de geração de valor dos estudantes

O Grupo 1, formado por discentes do sexo masculino, antenados ao mundo tecnológico e aparentemente distantes de questões sociais, fizeram uma pesquisa com mais de 60 pessoas sobre os motivos pelos quais não contribuíram financeiramente para entidades filantrópicas que atuam em áreas de fragilidade social. Para resolver essa questão eles criaram o *Triangle*, um aplicativo com uma proposta de ligar as entidades filantrópicas, doadores e beneficiários dos serviços prestados pelas entidades. Na pesquisa feita por eles, o principal motivo da não contribuição foi a falta de praticidade e garantias de real ajuda, assim, o app faria essa fiscalização, da saída dos recursos financeiros, ao recebimento da entidade e do beneficiário, gerando um comprovante digital para quem fez uma doação, mostrando quais entidades podem receber e quais seus campos de atuação e o real beneficiado.

Criaram todo o conceito, *layout* do aplicativo, funcionalidade e monetizaram o aplicativo, resolvendo um problema social, ajudando entidades e facilitando doações, agentes transformadores de seu tempo.



Figura 1 - Interface do aplicativo “triangle”

Fonte: Elaboração própria

O grupo 2, constituído por 8 discentes (sendo 4 homens e 4 mulheres), sua questão foi resolver um problema grave na Cidade de Americana, o transporte público, nesta questão fizeram uma pesquisa com outros usuários do serviço e constataram inúmeros problemas como custo, horários, qualidade do ônibus entre outros, como proposta fizeram pesquisas para conhecer possíveis melhoras e como foi resolvido em outros locais, por fim, criaram um conjunto de soluções, aplicativo de controle do horário, e pontos mais próximos, ônibus movido por energia elétrica, pontos de parada com *wi-fi* e melhores estruturas. Com essas propostas refizeram a pesquisa e o número de usuários do transporte público teria um aumento significativo.



Figura 2 - Proposta de conectividade entre transporte público de qualidade e usuários

Fonte: Elaboração própria

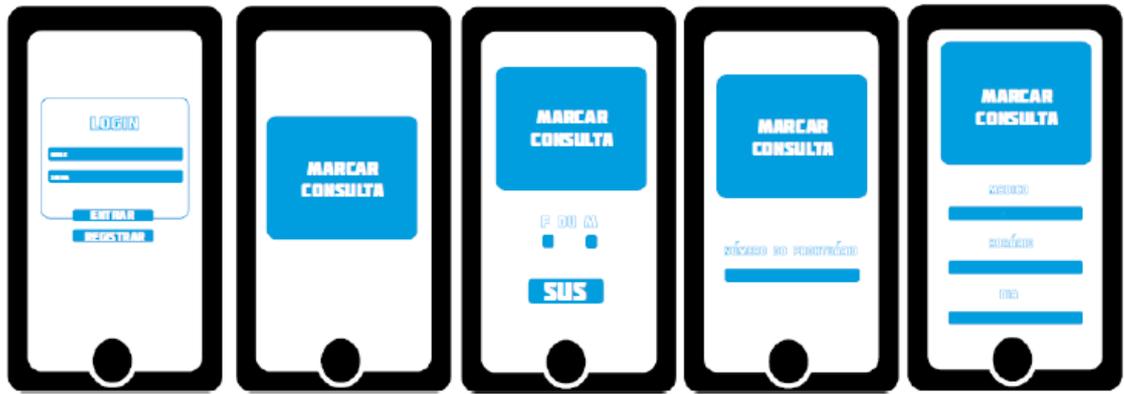


Figura 3 - Uma proposta de um aplicativo de agendamento de consultas no SUS

Fonte: Elaboração própria

O grupo 3 foi formado por 7 integrantes apresenta uma parcela maior de mulheres (5), entrevistaram a população que utiliza serviços oferecidos por postos de saúde e no hospital municipal da cidade. Os dados coletados forneceram evidências acerca de problemas associados a filas, atrasos e desorganização no setor de atendimento. Para solucionar este problema, o grupo propôs desenvolver um aplicativo de agendamento de consultas no sistema único de saúde (SUS), conforme ilustrado na Figura 3.

5.2 As percepções dos estudantes com relação ao projeto

Na seção anterior vimos que os estudantes foram capazes de gerar valor social por meio do desenvolvimento de tecnologias sociais. De forma geral todos os grupos entrevistados afirmaram que o projeto desenvolvido na disciplina de inovação proporcionou experiências que vão além da sala de aula, permitindo a interação com setores da sociedade que apresentam problemas de natureza social. Considere-se, por exemplo, os seguintes relatos: “O projeto abriu meu campo de visão para assuntos que não conhecia e não compreendia, permitindo que aplicasse meu conhecimento adquirido fora do ambiente acadêmico”. “Com certeza, pude enxergar de forma emancipada o poder da comunicação integrada a publicidade, enxergar o bem que podemos proporcionar para a sociedade para fins sociais!” “Em relação a interação com outros setores da sociedade, é possível dizer que a disciplina de inovação fez com que os olhares voltassem para problemas da cidade de Americana e como poderíamos colaborar para solucioná-los ou amenizá-los”.

Outro aspecto ressaltado pelos estudantes se refere aos benefícios gerados pelo projeto, o qual, no entendimento da população pesquisada, gerou criticidade e compreensão aprofundada acerca dos problemas sociais enfrentados por parte da sociedade americanense. Veja-se um dos entrevistados: “A problemática do projeto já de início gera busca aprofundada sobre os problemas sociais da cidade, problemas estes, “apaziguados” pelo poder público!” “O projeto que tivemos que desenvolver já foi uma ótima oportunidade para reconhecer os problemas atuais da cidade (como saúde, transporte) e como nós, estudantes, poderíamos interagir para mudar a realidade”.

Outro relato corrobora com essas afirmações:

O projeto gerou não só entendimento dos problemas, mas também uma maneira de pensarmos em grupo para resolvê-los, pois quando nos deparamos para debater sobre os problemas da cidade para encontrarmos uma maneira de ajudar para que esse problema se torne menor nos deparamos com diversos assuntos que podem ser solucionados de uma maneira “simples”, simples entre aspas no sentido de que não é impossível de serem resolvidos, e isso nos faz questionar “o que eu posso fazer para ajudar? Como posso ajudar, como posso fazer minha parte para resolver isso?”

Mesmo que o empreendedorismo social apresente um viés comercial, em termos de criação de valor econômico mínimo para os responsáveis pela operacionalização da atividade, iniciativa e/ou empresa e, os estudantes tenham sido orientados sobre a necessidade de gerar valor comercial mesmo em iniciativas com viés social e também conscientizados sobre a possibilidade de transformar sua ideia em um modelo de negócio por meio do apoio da incubadora de projetos presentes da instituição de ensino. Ainda assim, se consideram agentes de transformação social, tal como relato: “Sim, pois o projeto desenvolvido visa, pensando mais amplamente, em uma mudança de comportamento na sociedade e permite que essa mudança esteja disponível, de uma maneira de fácil acesso, para todos que estão dispostos a ajudar”. “Sim, mesmo monetizando um projeto, pude contribuir com uma ideia para o bem social.” Contudo, ainda que os estudantes se identifiquem como agentes de transformação, de maneira geral, os entrevistados observam oportunidades para tornarem-se empreendedores comercializando as ideias desenvolvidas durante a disciplina de inovação, considere-se a seguinte passagem: “Acredito que seja possível comercializar uma ideia voltada ao atendimento aos problemas sociais, sem pensar em obter lucros exagerados”. Outro relato corrobora essa ideia, veja-se a passagem de um dos estudantes envolvidos com a proposta de um aplicativo para agendamento de consultas: “A proposta da equipe foi um app que agendasse as consultas pelo celular. Assim, o paciente teria maior facilidade com o procedimento, evitando filas de espera nos hospitais. Em parceria com os alunos do SENAI, que foi o que a princípio sugerimos, ainda vejo chances de comercializar a ideia”.

Por outro lado, há ainda um ceticismo sobre a abrangência dos projetos sociais um dos entrevistados apresenta uma visão oposta, argumentando que um projeto social deve limitar-se apenas ao aspecto de assistencialismo, desconsiderando a dimensão econômica, veja-se o relato do entrevistado: “Acredito que quando se trata de um projeto que tenha viés social, pensar sobre comercializar a ideia para ganhar lucros pessoais não deve ser o foco”.

Mesmo que alguns estudantes apresentem visões opostas quanto a desenvolverem tecnologias que permitam solucionar problemas sociais e simultaneamente criarem valor comercial, os entrevistados concordam que o desenvolvimento do projeto, mesmo com viés social, proporcionou o aprendizado de habilidades não acadêmicas, isto é, habilidades empreendedoras. Considere-se os relatos: “Para elaborar e entregar

o melhor projeto possível, tivemos que desenvolver habilidades empreendedoras”. “O projeto proporcionou o desenvolvimento de habilidades empreendedoras, existe um tópico no projeto, em que o professor exige que de alguma forma, mesmo sendo um projeto social, para monetizarmos a ideia... Nessa etapa temos um contato vasto com as habilidades empreendedoras”.

De maneira geral, todos os entrevistados afirmaram perceber uma aproximação entre a academia (representada pelos estudantes) e a sociedade americanense durante o desenvolvimento do projeto, de acordo com os estudantes, identificar os problemas sociais e pensar sobre maneiras de solucioná-los por meio de propostas sociais, com a possibilidade de monetizar a iniciativa por meio do empreendedorismo social representa uma forma da academia e dos estudantes contribuírem de forma mais significativa para a sociedade. Considere-se a seguinte passagem: “o projeto trouxe conexão e conhecimento em áreas da sociedade que antes poderiam parecer distintas entre nós alunos, o principal foco é mostrar que inovar às vezes está mais perto do que se imagina, é treinar o olhar para problemas do cotidiano que te cercam”.

Os entrevistados ainda concordaram que o projeto proporcionou uma nova visão sobre as questões sociais da cidade: “Quando pesquisamos a nossa região identificamos diversos problemas sociais e por meio dessa iniciativa conseguimos compreender e propor soluções para problemas resultantes da má gestão política e descaso dos governantes”. Uma das entrevistadas, envolvida com a proposta de melhoria do serviço de transporte público corrobora com essa afirmação: “O projeto é interessante pela maneira que foi conduzido. Foi proposto aos alunos que realmente pesquisem sobre as necessidades e anseios da população, a pesquisa também é profunda quando se trata da condição de viabilizar financeiramente o projeto”. Outra integrante do mesmo grupo afirma que “a proposta é de grande utilidade para a população, ajudando com os horários de funcionamento das linhas e rotas dos ônibus e, segurança para os moradores, pois o ponto interativo seria monitorado e iluminado 24 horas”.

6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa pesquisa buscou compreender de que forma uma instituição de ensino contribui para as atitudes empreendedoras sociais dos estudantes do curso de Comunicação Social em Americana. Dentro deste enfoque, identificamos se o projeto proporcionou ao estudante novas percepções, reflexões e ações, frente as problemáticas sociais da comunidade americanense. Além disso, buscamos evidências acerca da percepção dos estudantes quanto aos conhecimentos para a consecução de habilidades empreendedoras com viés social obtidos durante o desenvolvimento do projeto. Para tanto, utilizamos dados primários obtidos por meio de entrevistas com os estudantes envolvidos em um projeto com viés de empreendedorismo social

desenvolvido na disciplina de inovação em um curso de comunicação social em Americana.

O projeto resultou no desenvolvimento de soluções para questões sociais voltadas ao transporte público, sistema local de saúde e para a conectividade das partes da sociedade dispostas a contribuir para o benefício de grupos marginalizados por intermédio de organizações não governamentais. Tais projetos foram desenvolvidos em sala de aula por estudantes da graduação que foram orientados a buscar soluções que além de melhorar a qualidade de vida dos habitantes locais deveriam ser sustentáveis por meio de monetização.

Os resultados desse exercício proporcionaram aos alunos novas percepções, reflexões, perspectivas e ações frente as problemáticas sociais da comunidade americanense, as quais, foram comprovadas por meio de entrevistas realizadas com os estudantes, nesse caso, os protagonistas do desenvolvimento das soluções, elaboradas a partir do seu envolvimento com a sociedade. De maneira geral, os estudantes afirmaram que o projeto desenvolvido proporcionou uma visão holística sobre empreendedorismo, tecnologias e ações sociais, além de, por intermédio dos estudantes, aproximar a instituição de ensino da sociedade. Apesar das diferentes propostas para a resolução de problemas da cidade de Americana, apenas os integrantes do grupo 1 (aplicativo *triangle*) tem buscado a partir do projeto desenvolvido em sala de aula, operacionalizar um empreendimento social.

Para trabalhos futuros, pretendemos desenvolver um projeto interdisciplinar com os cursos com comunicação social e pedagogia tendo em vista aproximar de grupos atuantes em educação informal e não formal na cidade de Americana e adjacentes, por meio do desenvolvimento de tecnologias assistivas.

REFERÊNCIAS

ALVAREZ, S. A.; BARNEY, J. B. Discovery and creation: alternative theories of entrepreneurial action. **Strategic Entrepreneurship Journal**, v. 1, n. 1–2, p. 11–26, nov. 2007.

ALVORD, S. H.; BROWN, D.; LETTS, C. Social Entrepreneurship and Societal Transformation: An Exploratory Study. **Journal of Applied Behavioral Science**, v. 40, n. 3, p. 260–282, 2004.

AUSTIN, J.; STEVENSON, H.; WEI-SKILLERN, J. Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 30, n. 1, p. 1–22, 2006.

AUTIO, E. et al. Entrepreneurial innovation: The importance of context. **Research Policy**, v. 43, n. 7, p. 1097–1108, 2014.

BAUMOL, W. J. Entrepreneurship : Productive , Unproductive , and Destructive. **Journal of Political Economic**, v. 98, n. 5, p. 893–921, 1990.

BOSCHEE, J. **Merging Mission and Money: A Board Member’s Guide to Social Entrepreneurship**. Disponível em: <<http://www.socialent.org/pdfs/MergingMission.pdf>>. Acesso em: 20 jul. 2017.

- BROWN, T. Design thinking. **Harvard Business Review**, v. 86, n. 6, p. 29–31, 2008.
- BROWN, T. **Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation**. New York: HarperCollins, 2009.
- BRUYAT, C.; JULIEN, P. A. Defining the field of research in entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v. 16, n. 2, p. 165–180, 2001.
- CORNER, P. D.; HO, M. How opportunities develop in social entrepreneurship. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 34, n. 4, p. 635–659, 2010.
- DAGNINO, R. A tecnologia social e seus desafios. In: **Tecnologia Social: contribuições conceituais e metodológicas**. Campina Grande: EDUEPB, 2004. p. 1–23.
- DENNING, P. J. Design thinking. **Communications of the ACM**, v. 56, n. 12, p. 29–31, 1 dez. 2013.
- DODD, S. D.; ANDERSON, A. R. Mumpsimus and the Mything of the Individualistic Entrepreneur. **International Small Business Journal**, v. 25, n. 4, p. 341–360, 2007.
- DODD, S. D.; KELES, J. **Expanding the networks of disadvantaged entrepreneurs**. Paris: OECD Publishing, 2015.
- DRUCKER, P. F. **Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles**. 1. ed. New York: HarperCollins Publishers Ltd., 1994.
- ETZEMÜLLER, T. Social engineering als Verhaltenslehre des kühlen Kopfes. In: ETZEMÜLLER, T. (Ed.). **Die Ordnung der Moderne Social Engineering im 20. Jahrhundert**. Bielefeld: transcript Verlag, 2009. p. 11–40.
- FELÍCIO, J. A.; MARTINS GONÇALVES, H.; DA CONCEIÇÃO GONÇALVES, V. Social value and organizational performance in non-profit social organizations: Social entrepreneurship, leadership, and socioeconomic context effects. **Journal of Business Research**, v. 66, n. 10, p. 2139–2146, 2013.
- GADOTTI, M. **Economia solidária como práxis pedagógica**. São Paulo: Editora e Livraria Instituto Paulo Freire, 2009.
- ITSBRASIL. **Caderno de Debate - Tecnologia Social no Brasil**. 26. ed. São Paulo: Instituto de Tecnologias Sociais, 2004.
- ITSBRASIL. **TECNOLOGIA SOCIAL: experiências exemplares I**. São Paulo: Instituto de Tecnologia Social, 2012.
- KIRZNER, I. M. **Competition and Entrepreneurship**. Chicago: University of Chicago Press, 1978.
- KNOBLAUCH, H. **Sozialtechnologie, Soziologie und Rhetorik**. Disponível em: <http://www.as.tu-berlin.de/fileadmin/fg225/material_knoblauch/knoblauch_2006_Sozialtechnologie.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2017.
- LEIBETSEDER, B. A Critical Review on the concept of Social Technology. **Socialines Technologijos/ Social Technology**, v. 7564, n. 1, p. 7–24, 2011.
- MACKENZIE, D. A.; WAJCMAN, J. Introductory essay and general issues. In: MACKENZIE, D. A.; WAJCMAN, J. (Eds.). **The social shaping of technology**. 2. ed. Buckingham: Open University Press, 1999. p. 3–27.
- MAIR, J.; MARTÍ, I. Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight.

Journal of World Business, v. 41, n. 1, p. 36–44, 2006.

MCMULLEN, J. S.; SHEPHERD, D. A. Entrepreneurial Action and the Role of Uncertainty in the Theory of the Entrepreneur. **Academy of Management Review**, v. 31, n. 1, p. 132–152, 2006.

MEINEL, C.; LEIFER, L. Design Thinking Research. In: PLATTNER, H.; MEINEL, C.; LEIFER, L. (Eds.). . **Design Thinking Research: Measuring Performance in Context**. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 2012. p. 1–10.

OECD. **SMEs, entrepreneurship and innovation**. Paris: OECD Publishing, 2010.

PLATTNER, H.; MEINEL, C.; WEINBERG, U. **Design Thinking: Innovation lernen, Ideenwelten öffnen**. Munich: Mi, 2009.

ROBINSON, J. Navigating Social and Institutional Barriers to Markets: How Social Entrepreneurs Identify and Evaluate Opportunities. In: MAIR, J.; ROBINSON, J.; HOCKERTS, K. (Eds.). . **Social Entrepreneurship**. London: Palgrave Macmillan, 2006. p. 95–120.

SAGAWA, S.; SEGAL, E. Common Interest, Common Good: Creating Value Through Business and Social Sector Partnerships. **California Management Review**, v. 42, n. 2, p. 105–122, 2000.

SCHUMPETER, J. A. **The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle**. Cambridge: Harvard University Press, 1934.

SPENCER, A. S.; KIRCHHOFF, B. A.; WHITE, C. Entrepreneurship, Innovation, and Wealth Distribution: The Essence of Creative Destruction. **International Small Business Journal**, v. 26, n. 1, p. 9–26, 2008.

WADDOCK, S. A. Building successful social partnerships. **Sloan Management Review**, v. 29, n. 4, p. 17–23, 1988.

WALOSZEK, G. **Introduction to Design Thinking**. Disponível em: <<https://experience.sap.com/skillup/introduction-to-design-thinking/>>. Acesso em: 23 jul. 2017.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-85107-27-7



9 788585 107277