

TÍTULO: A FORMAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL POR MEIO DA ABORDAGEM ANTROPOLÓGICA DOS FLUXOS DA VIDA (FLOWS OF LIFE)

1 INTRODUÇÃO

“O empreendedorismo social é um campo de ação socioambiental e de realização de negócios, que visa atingir duas metas consideradas irreconciliáveis: geração de impacto social e de valor econômico”(LIMEIRA, 2015, p.2). “... o empreendedorismo social pode incluir atividades lucrativas com objetivos sociais, como bancos de desenvolvimento comunitário, e organizações híbridas que combinam elementos lucrativos e não-lucrativos, como os abrigos para os sem-abrigo ...”.(DEES, 2001, p.1).

Nesse sentido, mostrar as orientações antropológicas de formação do empreendedorismo social é um pressuposto de contribuir com a ciência e a educação empreendedora. Ingold (2000) tratou que a construção da cultura vista pelo olhar antropológico passa por um corpo e uma mente inseridos em um ambiente que aos poucos assimilam seus valores culturais e refletem um comportamento em suas escolhas. Compreender os aspectos culturais relacionados ao empreendedorismo social e inovação, tomando por base o que os fluxos da vida (*flows of life*), podem representar um conhecimento importante nos processos educacionais de formação do empreendedor social.

Com a focalização em ações que promovem a busca de soluções para adversidades na socioeconomia, interesses que envolvem o meio ambiente e no entusiasmo à cidadania, o empreendedorismo social tem a capacidade de trazer considerável reforço nos tempos atuais em que a economia e sociedade se desenvolvem celeremente.

A priori com a pandemia do coronavírus, é evidente que problemas sociais e a desigualdade se agravaram, por isso, modelos conceituais de negócios incluem ações empreendedoras no campo social como uma alternativa para diminuir as questões agravantes socioambientais que continuam a surgir nesse novo contexto (NEIS; BARBOSA, 2021).

Em meio a essa nova configuração, é esperado que o apoio para encontrar caminhos que possam reverter os problemas que subsistem no convívio social e dificultam o alcance da qualidade de vida coletiva seja alcançado com a união entre empresas, governos e sociedade de maneira inovadora.

1.1 Problema de Pesquisa e Objetivo

O conhecimento da trajetória de vida traz a esta pesquisa um pressuposto que a formação do empreendedor social do ponto de vista antropológico estimula e incentiva as suas ações para construção de negócios sociais. Para isso, a problemática consiste em conhecer a história de vida por meio da narrativa da Empreendedora Social da Social Brasilis e entender quais foram os aspectos vivenciados desde sua infância que a levaram ao empreendedorismo social (SWATOS; KIVISTO, 1998).

O estudo teve por objetivo compreender os aspectos culturais relacionados ao empreendedorismo social e inovação, tomando por base o que os fluxos da vida (*flows of life*) na formação do empreendedor social no caso da Empreendedora da Social Brasilis. Portanto, o estudo evidencia-se pela importância de compreender as abordagens antropológicas que conduzem o curso do empreendedorismo social,

humano, político e econômico no âmbito de impulsionar estudos e pesquisas no espaço acadêmico. De maneira mais específica entender e descrever as influências socializadoras no processo de criação do negócio de empreendedorismo social, identificar elementos na narrativa que caracterizam transformações e influenciam no desenvolvimento do empreendedorismo social nos aspectos social, humano, político e econômico.

A pesquisa é justificada porque a Social Brasilis atua com a educação e formação de jovens por meio da tecnologia no desenvolvimento de projetos sociais e inclusivos o que atende ao objetivo 4º dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável –ODS e fica bem caracterizado na meta 4.4 que prevê “até 2030, aumentar substancialmente o número de jovens e adultos que tenham habilidades relevantes, inclusive competências técnicas e profissionais, para emprego, trabalho decente e empreendedorismo” (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, 2021).

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Santos (2012) propõe avançar na pesquisa científica sobre empreendedorismo destacando o aspecto de criação de valor quando o mercado e o governo falham e nesta dinâmica o autor sugeriu que o empreendedorismo social fosse uma busca de soluções sustentáveis para problemas de externalidades positivas negligenciadas (SANTOS, 2012, p. 1).

De acordo com Casaqui (2016) o empreendedorismo social traz um discurso de engajamento e estímulo ao envolvimento de mais empreendedores, mas não passa de um discurso retórico sobre o capitalismo. Conforme Casaqui (2016) o sentimento de fazer o bem constitui uma caracterização de Olimpo que orienta os líderes visionários (CASAQUI, 2016, p. 222). Neste contexto, essas práticas do bem são interpretadas pelo autor como afiliação às ações cidadãs e remetem a busca pela transformação social.

Choi e Majumdar (2014) realizaram um estudo conceitual e apresentaram que o empreendedorismo social pode ser entendido como um conceito de cluster apesar do aspecto contestatório empregado por Casaqui (2016). É utópico entender o empreendedorismo social determinado apenas à questão do capital ou como elemento de transformação social. É importante avaliar outros olhares sobre o tema, aprofundar as pesquisas.

Para tal, o estudo irá considerar a pesquisa de Mair, Battilana e Cárdenas (2012) realizada por meio de uma amostra de 200 empresas caracterizadas por organizações de empreendedorismo social. A pesquisa foi operacionalizada por meio de uma análise de cluster e os resultados apontaram para quatro tipos de capital: social, humano, político e econômico, o que as autoras tomaram por base e descreveram foi uma tipologia de modelos de empreendedorismo social. Outro resultado da pesquisa proposto pelas autoras foi a revelação de que esses quatro modelos de empreendedorismo social estão associados a lógicas distintas de justificação que podem explicar diferentes formas de organização entre as organizações (p. 353).

3 METODOLOGIA

A metodologia tem abordagem qualitativa e os estudos tomaram por base a narrativa do contexto de vida da empreendedora social da Social Brasilis que empreende o negócio social por meio do desenvolvimento de programas educacionais e corporativos com

foco na tecnologia e que foi selecionada por meio de indicação para compor o caso a ser contado na representação desta pesquisa.

Com base qualitativa optou-se pelo uso da narrativa porque é entendida por Godoi, Bandeira-de-Mello e Silva (2010, p. 406) como “um discurso que versa sobre ações que ocorreram no passado”. Nesta ótica, a aplicação da narrativa apoiou a busca pelo sentido de conhecer os fluxos de vida dos empreendedores de negócios de impacto social por meio das narrativas de suas histórias de vida até o contexto atual incluindo suas motivações e ambições. Foi trabalhada no estudo uma análise das representações culturais considerando o movimento empreendedor ao qual o entrevistado está envolvido.

A empreendedora foi entrevistada em uma tarde ensolarada nos jardins da Universidade Federal do Ceará em outubro de 2019. Antes da entrevista foi explicada a metodologia da pesquisa, entregue o termo de consentimento e livre esclarecido - TCLE e na ocasião o entrevistador aplicou a entrevista por meio de narrativa. No processo de submissão desta pesquisa à Plataforma Brasil foi necessário solicitar a carta de anuência que foi concedida pela Social Brasilis.

O instrumento de coleta foi uma mesclagem de entrevistas não estruturadas e semiestruturadas, narrativa da história de vida e instrumentos de observação. Na proposta de entrevista não estruturada a Empreendedora Social foi estimulada a contar os eventos da vida dela que imaginava ter levado a mesma ao envolver-se no movimento de negócios de impacto social.

Para tanto, alguns elementos de pesquisa foram considerados no sentido de operacionalizar algumas dimensões selecionadas descritas a seguir. Fluxos da vida (*flows of life*), modelos de negócios de impacto social, cultura, rede de agentes socializadores, implementação das organizações caracterizadas por empreendedorismo de negócios de impacto social (MOREIRA; CASOTTI; CAMPOS, 2018, 131).

Para cada dimensão suas respectivas propostas consideraram os fluxos da vida (*flows of life*); narrativas de história de vida; entrevistas não estruturadas. A identificação dos modelos de empreendedorismo em suas características sociais, humanas, políticas e econômicas. Observar as representações culturais e os discursos precisou de uma leitura prévia dos aspectos antropológicos; identificar contribuições de outras ciências tais como: antropologia, sociologia, psicologia, aspectos históricos e filosóficos no movimento de empreendedorismo social revela pistas para uma formação moral e uma ética planetária em curso.

CASO SOCIAL BRASILIS

É uma empresa de impacto social que buscou resolver a dor do mundo que ainda traz a exclusão social no aspecto digital de boa parte dos jovens. A Empreendedora percebeu que a maioria dos jovens possuía um celular e essa condição poderia ampliar o movimento educacional para desenvolvimento de novos projetos. A Social Brasilis atua na educação com programas educacionais e corporativos com foco na tecnologia para o fomento de novas tecnologias digitais. A ideia do negócio social é apoiar o desenvolvimento de outros projetos de impacto social.

A Empreendedora Social explica que a Social Brasilis tem um potencial de desenvolvimento hoje porque teve a base da incubação da PenseGrandeDoc. Explicou

que a Social Brasilis atende uma média de 2000 pessoas em 18 cidades do Ceará, Pernambuco e Rio Grande do Norte (Pense Grande.doc/Social Brasilis, 2019).

Alguns jovens beneficiados apresentam depoimento em vídeo descrevendo os resultados da forma

DISCUSSÃO

O objetivo da pesquisa em compreender como se deu a formação de uma postura de empreendedorismo na vida da Empreendedora Social, realizou-se de forma que a sua história de vida nesse âmbito fosse relatada desde o princípio.

Ao fazer observações sobre seu caminho, percebe-se que o apoio de sua mãe foi de extrema importância no incentivo à suas ações sociais, de certa forma orientadas implicitamente, visto que interessou-se por essas atividades aos nove anos de idade e precisou do suporte.

Em Quixadá eu comecei a trabalhar com o projeto quando tinha nove anos de idade, com nove anos eu comecei a trabalhar com projeto social, fazer voluntariado, visitar comunidades, meu foco era principalmente arrecadação de brinquedos, de alimentos, fiz um trabalho muito grande com a diocese de Quixadá, passei por diversas organizações eclesiais trabalhando como voluntária, então eu comecei assim né, eu tive um apoio muito grande da minha mãe na época, então ela, sou a filha mais nova e minha mãe me acompanha muito, ela tecia muito a comunicação comigo até hoje ela é assim, e meio que eu fui pra esse caminho de projetos, de projetos sociais, com nove anos. (Empreendedora Social, 2019)

A Empreendedora Social declara que inicialmente tinha o desejo de apenas escutar histórias e relatos de como as famílias da região de comunidades de Quixadá lidavam com a seca, desnutrição, prostituição e vícios em entorpecentes. Ela contou como chegou a estruturar melhor o projeto para ajudar tal comunidade e como a ajuda local fez diferença.

[...] Na adolescência esse projeto foi desenvolvendo, fui chamando mais pessoas para participar, aí nós queríamos fazer uma coleta grande na cidade de alimentos, então foi aí que caminhou para uma primeira associação, com 18 anos eu fui presidente de uma associação, o nome dessa associação era “Amigos da família”, e a gente doava cestas básicas, apoio psicológico, apoio social, tudo muito início, tudo muito incipiente, tinha recurso pra nada, na verdade. A gente tinha muita ajuda de comércios locais que distribuem cestas (Empreendedora Social, 2019).

É importante perceber que a entrevistada, mesmo com o desejo de dar suporte à essas famílias, revela que não tinha condições de estruturar o apoio aos que careciam. Com isso, recorreu à organização mais estruturada para que os ajudassem na distribuição das cestas básicas. Após esse primeiro contato, encontrou uma oportunidade de enviar seu projeto que visava a construção de bijuterias para mulheres vítimas de violência doméstica para uma instituição que promove o empreendedorismo social, Ashoka. Com o seu discurso, é evidente o impacto que surgiu a partir dessa entidade estrangeira.

[...] O projeto deu tão certo que eu fui escolhida entre os melhores projetos de juventude da Ashoka no Brasil, eu fui convidada ir para Boston nos Estados Unidos, onde fica a sede da Ashoka global, e eu passei né, um tempo lá

vivendo com jovens do mundo inteiro, jovens empreendedores sociais de todos os lugares do mundo [...] eles davam várias oportunidades, uma delas era em Harvard e outra no MIT, em Harvard a gente teve uma oficina de construção de projeto de como você ser projetista, trabalhar como gerente de projetos, ali eu vi que eu queria fazer isso pro resto da minha vida. (Empreendedora Social, 2019).

Com isso, após terminar sua formação na faculdade e começar o processo de mestrado, seu caminho nessa iniciativa obteve um novo rumo ao iniciar o trabalho que envolvia tecnologia na educação, a empreendedora social expõe a realização da sua compreensão sobre como as pessoas demonstravam dificuldades em transformar as informações recebidas pelo telefone celular em conhecimento, além de outros obstáculos tecnológicos.

[...] As pessoas tinham mais informações nas mãos, telefone, no computador, mas elas não conseguem converter em conhecimento, muitas não sabem nem pesquisar, muitas não têm noções mínimas, nem o básico de segurança na web, elas não conseguem modificar uma informação, uma fonte verídica, se não é, elas simplesmente repassa. Então a maioria das pessoas tem esses problemas, esse déficit mesmo, então eu comecei a trabalhar isso na escola, linguagem de rede social de mídia social [...](Empreendedora Social, 2019).

Com esse objetivo de que existam investimentos e empenhos no desenvolvimento dos conhecimentos das pessoas, a entrevistada revela que após ter essa visão, avançou para a realização do seu projeto “Social Brasilis” em 2015. Atualmente, essa empresa social conta com a realização de programas educacionais com foco em preparar os indivíduos para o mercado de trabalho do futuro por este estar atualmente em modificação e necessitar de outras habilidades dos futuros empregados, o que ainda é um desafio societário (WRIGHT et al., 2010), logo, utilizam plataformas virtuais de aprendizagem para estimular essas competências intelectuais. A modalidade de empresa social, frequentemente precisa ter um modo de capitalização para conseguir pontuar os objetivos visados, a empreendedora explicou a forma que funciona tal acúmulo, que se constrói por meio do capitalismo consciente, visando a sustentabilidade em todos os âmbitos do negócio.

[...] Temos um modelo de negócio voltado para a iniciativa privada e pra governos, então eu não vendo para pessoa física, eu vendo para CNPJ que cuidam de escolas, que têm iniciativas diversas, e eles me conectam com o meu usuário final que não pagam por isso, ele não tem condição de pagar, em contrapartida, todos saem ganhando, a pessoa que me contrata que adquire uma mão de obra mais qualificada, o beneficiário. (Empreendedora Social, 2019).

Analisando o discurso feito pela empreendedora social, é perceptível que o seu objetivo e o que encaminhou sua formação como empreendedora, foi a sua vontade de causar uma diferença em qualquer alçada que se propôs fazer, desde a sua infância, aos 9 anos de idade ao enxergar a importância de ajudar aqueles que precisavam mais do que ela e, mesmo sem condições, oferecer ao menos a sua atenção e estar engajada em projetos, movimentando e incentivando outras pessoas da comunidade a contribuir para que as outras não fossem tão marginalizadas, demonstrando a sua preparação e amadurecimento para chegar até o “Social Brasilis”.

Dessa maneira, o estudo investigou que a sua formação nos seus fluxos da vida (flows of life), deu-se pelos elementos base da sua formação e pela configuração do ambiente

que estava inserida desde os primórdios de sua vida, pressupondo uma correlação entre esses aspectos que envolvem o espaço, de que se não fosse de tal maneira, seus caminhos poderiam ser distintos.

CONCLUSÕES

A pesquisa alcançou o objetivo geral porque compreendeu que os aspectos culturais relacionados ao empreendedorismo social no caso da Social Brasilis indicou elementos de mudanças sociais quando gera uma transformação com oportunidades e o desenvolvimento de projetos de impacto a partir da educação de jovens. No caso da Empreendedora Social a mesma conta que desde os nove anos teve contato com as questões de vulnerabilidade da sua região o que a levou a essa postura política.

Nesta perspectiva, a narrativa da Empreendedora Social traz os elementos de formação por meio dos fluxos da vida (*flows of life*) na trajetória da Empreendedora Social no caso da Social Brasilis validando o pressuposto inicial. Portanto, o estudo evidencia-se pela importância de compreender as abordagens antropológicas que conduzem o curso do empreendedorismo social, humano, político e econômico no âmbito de impulsionar estudos e pesquisas no espaço acadêmico.

Referências Bibliográficas:

CASAQUI, Vander. A transformação social nos discursos da cena empreendedora social brasileira: processos comunicacionais e regimes de convocação na mídia digital. **Universitas humanística**, n. 81, p. 205-226, 2016.

CHOI, Nia; MAJUMDAR, Satyajit. Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research. **Journal of business venturing**, v. 29, n. 3, p. 363-376, 2014.

DEES, J. Gregory. O significado do “empreendedorismo social”. v. 21, 2001. Acesso em 30 set. 2021. Disponível em <https://www.fea.pt/files/11897c5b837a1f48abfe67ecad3db9a13b26b19e.pdf>

INGOLD, Tim. The perception of the environment: essays on livelihood, dwelling and skill. Psychology Press, 2000.

KURATKO, Donald. Empreendedorismo: Teoria, processo e prática. Tradução: Noveritis do Brasil, 10. ed. São Paulo, Cengage Learning, 2016.

LIMEIRA, T. M. Empreendedorismo social no Brasil: Estado da arte e desafios. **Inovação em cidadania empresarial**, 2015. Acesso em 30 de set. de 2021. Disponível http://ice.org.br/wp-content/uploads/pdfs/Empreendedorismo_Social_no_Brasil_ICE_FGV.pdf

MAIR, Johanna; BATTILANA, Julie; CARDENAS, Julian. Organizing for society: A typology of social entrepreneuring models. **Journal of business ethics**, v. 111, n. 3, p.

353-373, 2012.

NAÇÕES UNIDAS DO BRASIL. Os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável no Brasil. ODS 4. Acesso 29 de set. 2021. Disponível em <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/4>

NEIS, A. M.; BARBOSA, C. DA S. Empreendedorismo social e sustentável em contexto de pandemia da Covid – 19/ Social and sustainable entrepreneurship in the context of covid 19 pandemic. **Brazilian Journal of Development**, v. 7, n. 6, p. 62481–62498, 2021.

OLIVEIRA, Emanuely. Pense Grande.Doc/Social Brasilis. You Tube, 2019. Disponível em: < <https://youtu.be/r66Q-h2qX1w?t=138>>. Acesso em 30 set. 2019.

SANTOS, Filipe M. A positive theory of social entrepreneurship. **Journal of business ethics**, v. 111, n. 3, p. 335-351, 2012.

SWATOS, William. H.; KIVISTO, Peter. Encyclopedia of Religion and Society. Walnut Creek, AltaMira Press, 1998.

WRIGHT, J. T. C.; SILVA, A. T. B.; SPERS, R. G. O mercado de trabalho no futuro: uma discussão sobre profissões inovadoras, empreendedorismo e tendências para 2020. INMR - Innovation & Management Review, [S. l.], v. 7, n. 3, p. 174-197, 2010. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rai/article/view/79186>. Acesso em: 9 ago. 2021.