

# EMPREENDEDORISMO SOCIAL, PÓS-MODERNIDADE E PSICOLOGIA: COMPREENDENDO CONCEITOS, ATUAÇÕES E CONTEXTOS

*SOCIAL ENTREPRENEURSHIP, POSTMODERNISM AND PSYCHOLOGY: UNDERSTANDING CONCEPTS, PERFORMANCES AND CONTEXTS*

Inara Rezende Oliveira<sup>1</sup>, Mário Lázaro Camargo, Marianne Ramos Feijó, Dinael Corrêa de Campos, Edward Goulart Júnior

Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", Bauru, São Paulo, Brasil

## RESUMO

Este trabalho buscou compreender o empreendedorismo social e as características subjetivas do empreendedor no contexto pós-moderno. Para isso, foi realizada uma revisão de literatura dos artigos científicos presentes no indexador eletrônico Scielo, dos últimos 15 anos para compreender o incremento das ações de empreendedorismo social atuais, ou seja, perceber que aspectos da sociedade estão influenciando, de acordo com os artigos, no surgimento de empreendimentos sociais e, conseqüentemente, de indivíduos que optam por construí-los. Observou-se uma branda participação da Psicologia como ciência e profissão nos projetos de empreendedorismo social localizados, muito embora possamos considerar que a Psicologia Organizacional e do Trabalho, por meio das chamadas práticas de gestão de pessoas, possa vir a ser importante contribuinte desse fenômeno num futuro próximo.

**Palavras-chave:** Psicologia, Empreendedorismo social, Pós-modernidade.

## ABSTRACT

This study aimed at understanding social entrepreneurship and subjective characteristics of the entrepreneur in the postmodern context. Hence, a literature review of scientific articles, published in the last 15 years, was performed using the *Scielo* databank. The goal was to understand the current increase of social entrepreneurship actions, in other words, to understand which aspects of society are influencing, according to the sources, the creation of social enterprises and, as a consequence, of individuals who choose to build them. A mild involvement of psychology as a science and profession within the social entrepreneurship projects was observed. However, one may consider the Organizational and Occupational Psychology, by means of the so-called practical people management, may prove to be an important contributor to this phenomenon in the near future.

**Keywords:** Psychology; Social Entrepreneurship; Postmodernism.

<sup>1</sup>Contato: [inara\\_r@hotmail.com](mailto:inara_r@hotmail.com)

## **Introdução e breve histórico sobre o empreendedorismo**

Atualmente, muito se tem falado sobre “empreendedorismo” e, mais recentemente, vem sendo também apresentado, por diferentes fontes e para múltiplos contextos e públicos, o termo “empreendedorismo social”, objeto de nossa atenção investigativa e reflexiva neste artigo. No transcorrer das páginas que se seguem, pretendemos abordar e diferenciar esses conceitos, buscando construir uma compreensão sobre os fatos ou fenômenos sociais, econômicos e culturais que justificam sua existência e cunham sua identidade. Estaremos também em busca de compreender a relação entre empreendedorismo, empreendedorismo social e a Psicologia Organizacional e do Trabalho (POT), sobretudo no campo da atuação em gestão de pessoas, uma vez que entendemos poder ser este um relacionamento mais do que conceitual ou teórico, e sim prático, no sentido de, se não se configurar como um novo campo de atuação para psicólogos organizacionais e do trabalho, ao menos será uma nova ou mais uma possibilidade da POT avançar em sua dimensão de responsabilidade social e em seu compromisso com práticas que visam à melhoria da qualidade de vida no trabalho e a saúde do trabalhador.

Importa informar, portanto, que este artigo é fruto de uma pesquisa em modalidade de revisão de literatura e, por isso, sua identidade se define como de caráter teórico-reflexivo, uma vez que ao investigar a articulação dos fenômenos intitulados “empreendedorismo” e “empreendedorismo social” com fatos políticos, econômicos e sociais da pós-

modernidade, vislumbra identificar e compreender de que forma a Psicologia Organizacional e do Trabalho (POT), lugar/contexto a partir do qual atuam seus autores, se relaciona ou poderia se relacionar com tais práticas empreendedoras. Nossa hipótese primordial, presente nas linhas e entrelinhas deste estudo, considera a viabilidade da correlação, de forma fundamentada a partir dos achados aqui apresentados e discutidos, entre o papel da POT e sua dimensão de responsabilidade social com o fenômeno do empreendedorismo social, no sentido de ser ela uma contribuinte importante no processo de gestão das organizações que com esse caráter estão sendo fundadas e se desenvolvendo em diferentes países, tanto quanto no Brasil.

Para tanto, realizou-se uma revisão de literatura por meio de artigos nacionais e internacionais publicados nos últimos 15 anos, obtidos via Scielo, um dos mais importantes indexadores eletrônicos das áreas das ciências humanas e da saúde, elegendo descritores diretamente relacionados com nosso objeto de estudo (empreendedorismo, seus sinônimos e títulos correlatos). Uma vez localizados os artigos (18 ao todo) e devidamente selecionados em função de sua identificação com o tema (10 artigos), realizamos sua leitura integral e análise. A estrutura deste artigo se organiza em função não só da apresentação dos achados com o processo de revisão de literatura e análise realizadas, mas em função do processo de construção da reflexão dos autores e de sua intenção em oferecer ao leitor a possibilidade de realizar, em parceria, o mesmo percurso, ou seja, do conceito ao contexto e destes ao aprofundamento; o que a partir de

agora passamos a fazes sistematicamente.

Lima (2010) aponta as diferenças entre o administrador tradicional e o empreendedor. Para ele, o casual administrador costuma agir racionalmente, com segurança nos projetos, e se pautando na experiência que adquiriu com a carreira. Em contrapartida, o empreendedor se caracteriza pela liderança fundamentada em inovação no cotidiano.

Segundo Martinelli (2006), no século XVIII o termo empreendedorismo passou a ser empregado em contextos econômicos. Naquela época, o nome *entrepreneurs* denominava aqueles que introduziam novas técnicas ou arriscavam seu capital na agricultura ou na indústria. Schumpeter (1982) reutilizou o conceito de empreendedorismo e se tornou o principal teórico deste, pois continuou a associá-lo a inovações para explicar o desenvolvimento econômico. Para ele, o desenvolvimento econômico inicia-se a partir de inovações por meio da introdução de novos recursos ou pela combinação diferenciada dos recursos produtivos já existentes.

De acordo com os dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae, 2011), criado em 1972, no Brasil há cerca de 2,7 milhões de microempreendedores, ou seja, 30% dos brasileiros, e esse número continua a crescer devido, em parte, ao apoio que esse serviço efetiva ao auxiliar os microempreendedores por meio da promoção de programas de capacitação, acesso a mercados, estímulo ao associativismo e benefícios da previdência social – auxílio doença, salário-maternidade, pensão por morte e auxílio reclusão.

Os auxílios fornecidos pelo Sebrae e pela Previdência Social estimulam o crescimento e a manutenção de empreendedores no Brasil. Apesar disso, sabe-se que atualmente no Brasil cerca de 60% dos novos negócios fracassaram no quinto ano de existência, mesmo em conjuntura econômica favorável (Gerber, 2011). Esse fracasso ocorre por consequência de dois fatores predominantes, sendo estes: condições de mercado e problemas administrativos, ou seja, é necessário que a organização seja implantada em um local onde a economia esteja favorável e que haja gestores com pleno conhecimento do que estão desenvolvendo e um plano de negócios. Apesar da alta taxa de “mortalidade” de organizações recém-criadas, a presença de pequenos negócios é vista como vantajosa por muitas pessoas. Soares (2002) argumenta que antigamente era inconcebível a um jovem recém-formado preocupar-se com a criação de um negócio próprio. Hoje, na pós-modernidade, essa questão não só é vista como possível, mas também frequente e incentivada.

Bel Pesce, nascida em 1988, brasileira que escreveu o livro *A menina do Vale*, é uma empreendedora de sucesso nos Estados Unidos. Trabalhou em empresas como Google, Microsoft, Deutsche Bank, Vale do Silício e atualmente fundou a empresa Lemon e a organização fazINOVA. Em um mês, desde a publicação on-line de seu livro, um milhão de downloads foram realizados via internet, o que pode ser um demonstrativo de que os brasileiros possuem interesse sobre essa questão. Para ela, o empreendedorismo pode ser realizado por pessoas de diversas idades,

se houver vontade de solucionar problemas, busca por inovações e desenvolvimento de um plano de negócios específico e detalhado.

De acordo com os dados do IBGE (Tabela 1), considerando-se a metodologia de Estatísticas do Cadastro Central de Empresas, implantada desde 2007, houve aumento do surgimento de organizações empreendedoras no Brasil, assim como crescimento de funcionários e salário, comparando-se os anos de 2007 a 2010. Esse fato pode demonstrar o aumento de ações empreendedoras por parte da população.

Tabela 1. Ano e taxa de crescimento relativo de organizações no Brasil

Variáveis	2008	2009	2010
Empresas e outras organizações	4,2%	5,2%	5,8%
Pessoal ocupado total	4,5%	4,7%	6,5%
Pessoal ocupado assalariado	4,8%	4,7%	6,9%
Sócios e proprietários	3,1%	4,9%	4,1%
Salários e outras remunerações	9,1%	7,2%	9,2%
Salário médio mensal	3,5%	4,7%	0,6%

Fonte: Estatísticas do Cadastro Central de Empresas 2010. Recuperado em 15 abril, 2014, de [ftp://ftp.ibge.gov.br/Economia\\_Cadastro\\_de\\_Empresas/2010/comentarios.pdf](ftp://ftp.ibge.gov.br/Economia_Cadastro_de_Empresas/2010/comentarios.pdf)

Em 2010, no Brasil, em comparação ao ano de 2009, houve um incremento de 5,8% (280,7 mil) de novas organizações. O pessoal ocupado cresceu 6,5% (3 milhões) e o número de sócios e proprietários também elevou-se em 4,1% (281,2 mil pessoas). Considerando o acumulado no período 2007/2010, destacam-se a evolução dos salários, que cresceu 27,7% em termos reais, e do pessoal ocupado, que

aumentou em 17,3%.

### Relação entre globalização, pós-modernidade e empreendedorismo social

A pós-modernidade e a globalização são eleitas como elementos a serem estudados e discutidos neste empreendimento investigativo, pois entendemos que atuam como background no processo de constituição do sujeito, ora destinatário das ações de empreendedorismo social, ora protagonista delas.

A globalização, fenômeno fortemente presente e influenciador do cotidiano e da dinâmica do empreendedorismo, foi e continua sendo um dos fatores mais importantes interligados aos níveis de desigualdade social e econômica no planeta. Esta pode ser compreendida por conter fatores que estimulam ou acirram essa diferença social e econômica entre lugares e pessoas, assim como tendo outras características que, ao contrário, ajudam a equilibrar esses níveis sociais das condições humanas. Essa questão é ilustrada por Fernandes (2002) quando afirma que a globalização é tanto dinamizadora de desenvolvimento quanto responsável por perturbações econômicas, políticas e humanitárias.

Em relação à questão do surgimento da globalização, ainda não há consenso entre historiadores e demais estudiosos do tema. Para Sousa (2011), a globalização já dava sinais de desenvolvimento muito antes do capitalismo existir, materializando-se exemplarmente pelas diferentes formas de busca por ampliação de

fronteiras territoriais e comerciais entre os povos da Idade Média, vindo a se expandir e se fortificar, para então alcançar o status a partir do qual a conhecemos, com a criação do neoliberalismo, marcadamente no início século XX. Já para Beck (1999), ela surgiu como traço marcante da transição para a segunda modernidade, com auxílio dos meios tecnológicos de informação, orientando para a integração econômica, cultural, social e política dos países.

Esse mesmo fenômeno, quando vinculado às ações de empreendedorismo social (que são instruídas e compostas pelo modelo de responsabilidade social e projetos de desenvolvimento humano e social), tem contribuído, nos últimos anos, para o desenvolvimento de algumas condições de melhoria na saúde e bem-estar de indivíduos em situação de risco e vulnerabilidade social.

Para ilustrar uma parte dessa proposta, considera-se que, para Beck (1999), a pós-modernidade requer a reforma da economia mundial com critérios sociais e ecológicos, e para Stiglitz (2004) e Balibar (1998), a pós-modernidade trouxe melhores condições de saúde e uma sociedade mais ativa em busca de democracia e justiça social. Dessa forma, percebe-se que esses autores enxergam no período pós-moderno algumas características positivas que auxiliam novos empreendimentos sociais a terem princípios éticos e de responsabilidade social. Conforme Bornstein (2006), há a necessidade de construir uma estrutura de apoio social e econômico para multiplicar o número e a eficácia desses empreendimentos sociais, com responsabilidade social, em âmbito mundial.

Segundo Lima (2005, p. 28), referindo-se à responsabilidade social,

no contexto da globalização dos mercados, surge uma nova dinâmica que vem alterando o perfil corporativo e estratégico das organizações empresariais. Além da adequação aos novos padrões, como eficiência e qualidade, crescem as exigências por uma reformulação da cultura e filosofia que orientam as ações institucionais. A sociedade, cada vez mais consciente e conhecedora de seus direitos, exige das empresas um reestudo de seu papel nesse novo cenário. Para as empresas, passa a ser um diferencial a sua atuação moldada sob novas referências, conceitos e valores.

Como neste trabalho pretende-se relacionar empreendedorismo social com características do sujeito pós-moderno e globalizado, é importante discorrer também sobre o significado de pós-modernidade.

Pós-modernidade é a condição sociocultural e estética que prevalece sobre os conceitos predominantes à era moderna. Nesse período, que surgiu após a segunda metade do século XX, há a desvalorização dos conceitos ideológicos dominantes na era moderna, pois surgem mudanças de pensamentos, técnicas, aceleração da tecnologia e genética, onde encontra-se, inclusive, o estágio mais avançado do capitalismo contemporâneo (Kumar, 1997).

Segundo Camargo e Valente (2005), a chegada da pós-modernidade gerou alterações na identidade, subjetividade, língua e cultura, em níveis que vão do individual ao grupal e civilizacional. Para o autor, este representa um novo paradigma que afeta as estruturas de tradição, a ponto de algumas não serem mais reconhecidas como originais. Nesse período, a crença pela verdade alcançável pela razão deixa de ser inquestionável (Santos, 1994). Isso pode ser observado quando o filósofo

alemão Habermas (1987) relaciona o conceito de Pós-Modernidade às tendências políticas e culturais neoconservadoras, determinadas a combater os ideais iluministas.

Kumar (1997, p. 190), ao fazer a relação entre globalização e pós-modernidade, afirma:

uma das principais constatações da pós-modernidade, que poderia confundir-se, ou fundir-se ao fenômeno da globalização, é o entendimento de que o Estado diluiu-se numa rede de interconexão, com novos atores, nem sempre facilmente identificada. Por outro lado, o próprio sistema social, característica da modernidade, apresenta-se descentralizado e desconectado com instituições puramente nacionais. Os novos movimentos sociais, introdutores de novos temas, abordam novas questões não necessariamente ligadas a interesses circunscritos aos limites de um Estado nacional. As instituições políticas, por sua vez, constituídas ao longo dos séculos XVIII e XIX, como os parlamentos, sindicatos, partidos políticos, não conseguem mais atender as demandas de um mundo transformado, de uma sociedade multicultural, sem identidade de classe, sem um eixo que possa transformar seus movimentos em algo unificado, com desejos e expectativas de um conjunto harmônico.

Para compreender as características dos empreendedores sociais, é importante entender também os aspectos do trabalhador nas atuais configurações de trabalho, que estão se transformando em função das mudanças tecnológicas, populacionais, tradicionais e outras, ou seja, devido a características específicas da pós-modernidade, e que, muitas vezes, estimulam indivíduos a investirem e se identificarem com o que é proposto pelo empreendedorismo social.

No trabalho da pós-modernidade, os indivíduos não se sentem suficientemente seguros ou amparados, em especial os empreendedores sociais; ou seja, a flexibilidade

é a forma utilizada para adaptação ao contexto atual; priorizam-se, então, as satisfações instantâneas no ambiente do trabalho, pois isso auxilia a suprimir, em parte, a insegurança constante que aparece nesse local. Demanda-se aí, nesse aspecto, o auxílio importante da Psicologia para esses trabalhadores (Bauman, 2003).

Observa-se que a instabilidade no ambiente de trabalho na atualidade também pode propiciar que indivíduos, cada vez mais, constituam-se como empreendedores, mais protagonistas de suas situações financeiras, para não ficar a mercê do fim incerto das atuais configurações de trabalho nas organizações na pós-modernidade.

Para compreender o contexto dos trabalhadores nos atuais modelos de trabalho, percebe-se que a globalização, a comunicação, o comércio e as leis estão vinculados de tal maneira que é impensável refletir sobre a dinâmica de um país e, conseqüentemente, de suas organizações, sem considerar as questões internacionais que ele contém. Isso permite que adaptações sejam recomendadas dentro do sistema de cada organização constantemente. Dessa maneira, é exigida com maior frequência, em processos seletivos nas organizações, a busca por indivíduos que falem mais de uma língua estrangeira, tenham experiência de trabalho no exterior, sejam flexíveis para lidar com diversidade e saibam das normas e quesitos internacionais em diversas profissões.

### **Empreendedorismo e aspectos subjetivos do empreendedor**

Além do caráter econômico do termo empreendedorismo, este também é visto pela perspectiva psicológica como um comportamento que se defini por

atitude psicológica materializada pelo desejo de iniciar, desenvolver e concretizar um projeto, um sonho. Isto significa 'ser empreendedor'. Diante desta perspectiva, reafirmamos que o empreendedorismo é algo que transcende o campo dos negócios e da economia. (Souza Neto, 2003, p. 112)

Os estudos de Steveson e Jarillo (1990) classificam o empreendedorismo em três linhas. A primeira é formada por economistas cujo interesse concentra-se nos resultados das ações empreendedoras; a segunda é constituída por psicólogos e sociólogos e enfatiza o empreendedor como indivíduo, analisando seu passado, suas motivações, seu ambiente e seus valores; e a terceira linha é estabelecida por administradores e busca conhecer suas habilidades gerenciais e administrativas, a forma como conseguem atingir seus objetivos, suas metodologias, técnicas e ferramentas, o processo de tomada de decisão e a forma de resolver problemas.

A segunda linha de estudos apontada pelos autores trata da abordagem psicológica e sociológica de McClelland (1972) e enfoca o conjunto de motivos para os empreendedores desenvolverem seus projetos. O autor, psicólogo americano que se dedicou ao estudo do empreendedorismo, relaciona o conceito de empreendedor à necessidade de sucesso, reconhecimento, poder e controle; destaca também a propensão a correr risco, a busca por inovação e a postura estratégica como importantes características de empreendedores. O autor agrupou as características que o empreendedor deve ter ou

desenvolver em três conjuntos: o de realização, afiliação e poder. O senso de realização, segundo ele, impele as pessoas a buscarem atividades desafiantes, oportunidades, iniciativa e atitude proativa; a persistência, caracterizada como a capacidade de agir diante de obstáculos, de responsabilizar-se pessoalmente pela consecução dos objetivos; a de correr riscos calculados; a exigência de qualidade e eficiência, ao executar atividades da forma melhor, mais rápida e com custos menores; e o comprometimento.

Ao segundo conjunto, o de afiliação, pressupõe-se o conhecimento para orientar o negócio na direção correta, como a busca de informações, para obter dados sobre como fabricar, comercializar ou fornecer um serviço e a solicitação de auxílio de especialistas para decisões técnicas ou comerciais; estabelecimento de metas; planejamento e monitoramento sistemático dos planos; realizar mudanças com base em seu desempenho ou em novas circunstâncias.

O terceiro conjunto é caracterizado como o de poder e refere-se à capacidade de os indivíduos conseguirem realizar as atividades conforme o planejado e de conseguir cooperação e ação de outros. Esse conjunto, segundo o autor, é composto por duas características de comportamento, ou seja, a persuasão e rede de contato, que consiste na adoção de estratégias para influenciar ou persuadir pessoas; a independência e autoconfiança na busca de autonomia.

Desse modo, esta ênfase no indivíduo enfoca o estudo do empreendedorismo no seu protagonista, o empreendedor, observando as

causas e efeitos desse fenômeno, relacionadas ao motivo do empreendedorismo, que na visão de Steveson e Jarillo (1990) é geralmente esquecida pela análise econômica e administrativa.

### **Aspectos da subjetividade do indivíduo pós-moderno e suas relações com o empreendedorismo social**

Muitos escritores que dissertam sobre o tema da pós-modernidade enfocam na característica exacerbada do individualismo crescente das pessoas. Vieira e Stengel (2012), como exemplo, cita que o individualismo é ideologia própria das configurações pós-modernas. O autor parte do pressuposto de que a nossa sociedade toma o indivíduo como valor supremo e como unidade moral autônoma, enfatizando aspectos como a liberdade de escolha, a realização pessoal, obtenção de sensações prazerosas, a possibilidade de viver sem depender do outro e a tentativa de libertação de laços tradicionais. Gilles (2009) cita que a era pós-moderna pode ser considerada como a Era do Vazio, pois é um novo estágio histórico do individualismo, no qual há um enfraquecimento dos costumes, o aumento do consumismo e a emergência de um modo de socialização diferente.

Portela (2008), ao explicar características do homem pós-moderno, cita que uma nova visão de mundo e do homem está sendo construída, pois o período contemporâneo determina novas formas de relação que afetam a constituição da subjetividade e, por conseguinte, levam ao advento de um novo sujeito. Para o

autor, a sociedade está construindo um sujeito idealizado, desenraizado, que busca a independência e a liberdade a todo custo, a despeito do outro e do mundo, usados para atingir seus fins.

É perceptível, para o autor, que a crise da subjetividade que está ocorrendo atualmente relaciona-se à complexidade do sujeito pós-moderno e de seu contexto histórico social. Segundo Hall (2002), há atualmente a visão de que as identidades modernas estão fragmentadas; trata-se da perda de um sentido do si estável, se a identidade deixa de ser percebida como uma essência substancial, a sensação de permanência do sujeito pode estar enfraquecida.

Portela (2008) afirma que o indivíduo pós-moderno é um sujeito deprimido, ansioso, que rompeu com o passado e com as tradições, mas também não tem um futuro próspero que o aguarde. O sujeito precisa ser imediatista, ter prazer agora, pois poderá não ter tempo depois. Esse sujeito precisa defender seus direitos e o das minorias para que consiga se estabelecer como pessoa. Para o autor, o hiperindividualismo é uma defesa contra o fato de que o indivíduo já não está respondendo de forma satisfatória às necessidades do sujeito e uma humanidade perplexa ante um mundo em decadência.

Ao observar que na atualidade há certa prevalência, de acordo com autores, de características individualistas nos sujeitos, também se torna perceptível o aumento do número de empreendimentos sociais. Num primeiro momento, esse indicativo de fenômenos aparentemente distintos, e em concomitantemente crescimento, parece ser



contraditório. Mas essa aparente contradição pode guardar o significado e a motivação para o fenômeno aqui discutido, pois pode refletir, e esta é uma de nossas hipóteses, que a construção de empreendimentos sociais possa ser uma resposta de descontentamento relacionado às consequências do individualismo, como resultado da constituição do sujeito pós-moderno; e isso não obstante ao fato de podermos considerar também o empreendedorismo social como resultado e resposta, de um lado, à negligência do Estado e, de outro, da não preocupação do mercado em agirem de forma a promover intervenções que combatam a pobreza e a exclusão social, viabilizando a sustentabilidade de indivíduos, grupos, comunidades e organizações.

Dessa forma, retoma-se a inquietação que estava presente nas ideias dos primeiros sociólogos, pois o projeto sociológico “nasceu de uma inquietude sobre a capacidade de integração nas sociedades modernas: como estabelecer laços sociais em sociedades fundadas na soberania do indivíduo?” (Schnapper, 1998, citado por Santos, 1999 p. 21). Essa indagação, que demonstra a percepção de que o individualismo esteve sempre crescendo, fez com que sociólogos, psicólogos e outros pensadores se motivassem a criar teorias e práticas relacionadas a projetos sociológicos, do mesmo modo que atualmente empreendedores sociais constroem projetos com foco na responsabilidade social, buscando realizar um olhar e um cuidado com e para o indivíduo que não possui suporte social, econômico e psicológico; aliado de muitos dos seus direitos e desassistido, portanto, pelo Estado.

Santos (1999) cita que, em oposição

a uma forma cultural reconfortante da globalização hegemônica, há o estilo intelectual caracterizado por uma pós-modernidade inquietante, a qual reconhece as transformações sociais do capitalismo na era da globalização, mas mantém a crítica intelectual, com projetos emancipatórios capazes de visualizar alternativas de uma sociedade democrática, pós-moderna e multicultural, que realize projetos sociais e políticos com responsabilidade social.

Em relação ao empreendedorismo social, Melo Neto e Froes (2002) consideram que esse empreendedor, também vitimado pela exclusão social resultante do sistema capitalista e do modelo neoliberal de condução das políticas econômicas, muito provavelmente demandante de apoio institucional por meio das políticas públicas do Estado, é movido por ideias transformadoras e assume uma atitude de inconformismo e crítica diante das injustiças sociais existentes em sua região e no planeta. Possui o objetivo de desenvolver a sociedade, criar coletividades e implementar ações que garantam o autossustento e a melhoria contínua do bem-estar da comunidade.

De acordo com Feijó (2012, p. 31),

enxergar as dinâmicas de poder, o sistema mais amplo, a cultura consumista, materialista, ávida por prazer imediato, amplifica o contexto da construção desses padrões e auxilia para haver relacionamentos mais equitativos. Devemos, enquanto profissionais, em nossas redes que se entrelaçam com de outras pessoas, redes que sustentam as construções de identidade, deixar de reforçar padrões que ainda reduzem os relacionamentos cooperativos, e que favorecem práticas violentas, exploradoras e desiguais. As ações não são o que define a realidade, mas o significado a elas atribuído, e esses que são eivados de valores que subsidiam e motivam as ações.

Empreendedores e outros profissionais, quando formam redes de suporte e de troca, com a finalidade de transformação de contextos de vida desiguais, contribuem para o favorecimento e melhoria das condições de saúde e relações humanas daqueles que são ou se tornam destinatários das ações do empreendimento. Sabe-se também que as redes sociais digitais oportunizam o rápido acesso a inúmeras informações atuais e, menos censuradas, são, portanto, importantes canais de comunicação entre pessoas de inúmeros países.

Dessa maneira, indivíduos podem se deparar com mais facilidade com os problemas sociais que acontecem no mundo em tempo real, o que contribui como combustível para a vontade de mudança. O conhecimento multicultural e o respeito à diversidade podem ser fortalecidos, o que favorece ações coerentes com a realidade e com as raízes culturais (crenças, valores, hábitos) das pessoas que serão diretamente beneficiadas pelo projeto de empreendedorismo social (Andrade *et al.*, 2012).

Ultimamente, às novas gerações também estão sendo transmitidas com mais frequência, em relação às gerações anteriores, a importância da responsabilidade com o meio ambiente, já que todas as atitudes, mais do que nunca, estão provocando impactos diretos e rápidos na natureza. É perceptível que os jovens estão se preocupando, cada vez mais, com a reciclagem dos lixos, o desperdício da água, o desmatamento e outros termos correlatos.

## **Responsabilidade social e gestão estratégica de pessoas**

Lima (2005) discorre sobre a importância e necessidade atual de que as organizações atuem com responsabilidade social. Para ele, o contexto atual de grande competitividade exige que esse modelo seja seguido, seja para criar uma melhoria da imagem institucional ou para evitar penalizações das constantes e rígidas leis que estão a cada período mais presentes contra organizações que impactam negativamente no ambiente, seja por meio da poluição, assédio moral ou outras formas de descaso com os trabalhadores da organização e comunidade. Algumas empresas podem promover alguns projetos sociais como mecanismo de compensação, ou seja, por já prejudicarem a sociedade de alguma maneira, recorrerem a planos sociais para recompensá-la. Já outras organizações parecem desenvolver ações responsáveis de forma preventiva e com maior consciência de sua importância para o bem-estar e para a saúde do trabalhador, assim como também para toda a comunidade da qual faz parte.

O projeto “Selo da Empresa Cidadã” classifica as organizações de acordo com a atuação destas com o público externo e com os funcionários. Lima (2005) cita que ultimamente há muitas empresas que atuam com compromisso social como parte da gestão estratégica, mas ainda há as que trabalham com visão assistencialista e caritativa.

O termo responsabilidade social iniciou-se em 1953 nos Estados Unidos com o livro de Howard Bowen intitulado *Social Responsibilities of the Businessmen*. Este

repercutiu as novas ideias para a Europa nesse mesmo período. No Brasil, o tratamento do assunto foi divulgado inicialmente pela entidade Associação dos Dirigentes Cristãos da Empresa (ADCE). Em 1990, algumas empresas no Brasil como a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (Fides), o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife), e o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) obtiveram importância na difusão e consolidação da responsabilidade social.

Donaire (1999) conceitua o termo de responsabilidade social como a obrigação para com a sociedade, que inclui proteção ambiental, projetos filantrópicos e educacionais, planejamento da comunidade, equidade nas oportunidades de emprego e serviços sociais. Esse conceito está ligado à qualidade de vida na sociedade.

De acordo com Lima (2005), para que se estipule responsabilidade social nas ações de uma organização, deve-se iniciar, coerentemente, com a responsabilidade social interna, ou seja, com o desenvolvimento dos trabalhadores e com o cuidado com a saúde destes, visando melhor qualidade de vida no trabalho.

Para Cohen (2000), as empresas que possuem preocupação com a comunidade também se preocupam com seus trabalhadores. Para isso, programas e mecanismos devem ser estabelecidos, como: aconselhamento pessoal e de carreira, desenvolvimento de carreira, atividades culturais e recreativas, licença especial para tratar de responsabilidades familiares e serviços à comunidade, planos de

aposentadoria, horários flexíveis, realocação e recolocação, prevenção de dependências químicas (inclusive álcool) e prevenção de outros tipos de doenças, entre outros. Esses programas podem ser desenvolvidos com a presença de uma gestão de pessoas eficiente, um dos fazeres do psicólogo organizacional e do trabalho.

Phillipe e Jahan (1991) afirmam que o trabalho na organização deve realizar-se em condições que respeitem a dignidade do homem, relativas à fadiga, idade, sexo, saúde e segurança ao ambiente. Para Arruda (1999, p. 10), as empresas têm nas mãos os únicos recursos insubstituíveis em uma organização – as pessoas. Tudo o que for feito por elas tem reflexo na sociedade como um todo. Os valores da empresa chegam aos funcionários.

Em suma, a gestão de pessoas da organização, que pode receber contribuições da Psicologia Organizacional e do Trabalho e de outras áreas do saber, pode colaborar para instrução e regulamentação dos critérios para ampliação da responsabilidade social interna e externa às empresas. No que se refere a ações mais específicas, como projetos de empreendedorismo social, experiências organizacionais e o conhecimento construído na área da Psicologia Organizacional e do Trabalho, devem agregar conhecimentos locais, a outros conhecimentos e práticas, para que colaborem com a formulação e implementação de projetos adequados às necessidades e realidades da população envolvida (Feijó, 2012). Trabalhadores e comunidades devem buscar compreensão e fortalecimento mútuos, para a criação de soluções sustentáveis, com amplitude de autonomia e de protagonismo,

para alcance dos objetivos de programas com foco em responsabilidade social.

Grzybowski (1999, p. 3) cita que

todos nós no mundo globalizado (pós-moderno) temos laços com um local e uma comunidade. Globalizamos nossa percepção e estratégias, mas comungamos de uma mesma cultura. Integrar isto na estratégia empresarial é investir na comunidade. Tais investimentos revelam o quanto a empresa se preocupa com a questão social.

### **Considerações sobre o empreendedorismo social**

Na última década do século XX, foi definida essa nova modalidade de empreendedorismo, que difere do empreendedorismo comercial em dois aspectos: não produz bens e serviços para vender, mas para solucionar problemas sociais; e não é direcionado para mercados, mas para segmentos populacionais em situação de risco, como pobreza, risco de vida e exclusão social (Melo Neto & Froes, 2004).

Empreendedorismo social ainda é um conceito em construção entre teóricos, portanto não há uma definição final do nome até o momento. Elkington e Hartigan (2008) citam que, apesar disso, é unânime a ideia sobre o que os empreendedores sociais fazem, ou seja, criam novos empreendimentos que proporcionam produtos e serviços geralmente não oferecidos no campo social. O empreendedor social reconhece problemas sociais e tenta utilizar ferramentas empreendedoras para resolvê-los. Este se difere do empreendedorismo tradicional, pois o foco é maximizar retornos sociais em vez de maximizar apenas o lucro. Os recursos financeiros adquiridos são utilizados em

mais programas e ações que permitam que a comunidade e os trabalhadores da organização se desenvolvam de maneira sustentável e saudável. No empreendedorismo social, o “negócio” proposto é o bem-estar social (Silva, 2009).

O conceito de empreendedorismo (de negócios) está alinhado à ideologia neoliberal de redução do Estado e ligado a fenômenos como a flexibilização do trabalho e terceirização (Albagli & Maciel, 2003). O empreendedorismo social, por sua vez, é visto por autores filiados a essa tendência como uma das manifestações da “outra globalização”, constituída por redes e alianças entre movimentos, lutas e organizações locais ou nacionais que se mobilizam para lutar contra a exclusão social, a degradação das condições de trabalho, o desemprego, o declínio das políticas públicas, a destruição do meio ambiente, entre outros (Santos, 1999; Melo Neto & Froes, 2004).

O empreendedorismo social tem como função suprimir alguns dos problemas sociais específicos encontrados na comunidade, sendo assim, ações assistencialistas e caritativas não se enquadrariam nesse termo, pois elas servem como subsídios momentâneos em situações de tragédias, crises sociais e ambientais, mas raramente eliminam problemas sociais pertinentes, ou seja, não fortalecem as pessoas para mudarem seus cenários.

O termo empreendedorismo social, segundo Souza *et al.* (2015), foi utilizado pela primeira vez em 1972 por Bill Drayton – Fundador e Presidente da Ashoka, uma organização mundial, sem fins lucrativos,

fundada em 1980, e pioneira no campo da inovação social, trabalho e apoio aos empreendedores. Atualmente possui filiais na África, Ásia, Europa, Oriente Médio, América do Norte e América do Sul.

A relevância social do tema, empreendedorismo social, deve-se, por um lado, ao agravamento da pouca eficácia das ações governamentais, no qual o Estado deveria cumprir seu papel de provedor social em áreas populacionais que possuem problemas constantes, como falta de assistência à saúde, educação de baixa qualidade e falta de saneamento básico, aliada à insatisfação da população desejava em resolver seus problemas. Por outro lado, a importância do tema deve-se às ações de pessoas ou organizações que, em meio a essa insatisfação de degradadas condições de subsistência, mobilizam seu poder criativo em busca de soluções para suas mazelas e de sua comunidade (Silva, 2009).

Dentre as áreas abrangidas pelo empreendedorismo social destacam-se: 1. Educação e inclusão digital; 2. Moradia de baixo custo; 3. Reciclagem e indústrias limpas; 4. Agricultura e floresta; 5. Uso da água e energias alternativas; 6. Saúde e nutrição comunitárias; 7. Educação e alfabetização; 8. Diversidade e multiculturalismo; 9. Oportunidades para deficientes; 10. Serviços sociais em geral; 11. Apoio ao empreendedorismo e microcrédito; e 12. Direitos humanos (Demirdjian, 2007).

DalMagro e Coutinho (2008) discorrem sobre a questão dos empreendimentos solidários. Segundo elas, o cooperativismo é o principal expoente da economia solidária,

sendo que essa última compreende uma diversidade de produções associativas. No Brasil, a prática cooperativa aumentou exponencialmente a partir de 1932, após a Lei Básica do Cooperativismo Brasileiro ter sido promulgada.

Em 1990, no entanto, os empreendimentos cooperativos ganharam destaque. Esse período é marcado por um agravamento da crise econômica, com forte crescimento do desemprego e dos trabalhos informais, em decorrência do processo de desindustrialização e de reestruturação produtiva, assim como das novas políticas neoliberais. Esse cenário favoreceu a criação de empreendimentos solidários que fossem capazes de promover a geração de trabalho e renda para a população excluída do mercado de trabalho formal. O aumento do número de cooperativas registradas no Departamento Nacional de Registro Comercial (DNCR) é de 331% em 10 anos. Em 2001 havia 20.579 unidades (Dal Magro & Coutinho, 2008).

Há alguns exemplos concernentes ao empreendedorismo social. Um deles é a organização Aiesec, maior organização de estudantes do planeta, que possui o objetivo de promover experiências de intercâmbios, trabalhos voluntários em todas as áreas profissionais, tais como: gestão de pessoas, desenvolvimento humano e impacto positivo na sociedade. Essa organização surgiu como proposta de empreendedorismo social internacional após a Segunda Guerra Mundial, em 1946.

Realizado desde 2005 pela *Folha* em parceria com a Fundação Schwab, o “Prêmio

Folha Empreendedor Social do Futuro” (Folha, 2012) é hoje o principal concurso de empreendedorismo socioambiental da América Latina e um dos mais concorridos do mundo. Em outubro de 2005, lançou uma lista com alguns dos mais aclamados líderes que contribuíram com a criação de projetos para melhorar a qualidade de vida de comunidades carentes de recursos materiais e de serviço, ou o desenvolvimento de energias e recursos renováveis. Um desses líderes citados foi Linda Rottenberg, criadora da Endeavor, organização sem fins lucrativos que tem a missão de promover empreendedores de países de economia em desenvolvimento e fornecer-lhes novas estratégias de administração. Essa organização possui 18.000 companhias e está presente em 11 países. Outro nome lembrado foi o de Jeffrey Sachs, conselheiro sobre macroeconomia que implanta projetos e ideias para a tentativa de diminuir a extrema pobreza no planeta.

Em relação a exemplos de empreendedorismo social, este também pode estar sob a forma de projetos de extensão universitária, visto que estes têm o objetivo de observar o que uma comunidade carente de recursos necessita e, assim, desenvolver projetos para auxiliar nisso. Segundo Rocha (2007), os projetos de extensão das universidades devem favorecer a inclusão social da comunidade, aquisição da autonomia e melhorar a qualidade de vida dos indivíduos. Esses programas podem ser oferecidos às comunidades com escassez de recursos de saúde, educação, infraestrutura, em condições de negligência, violência social e psicológica, mas, como observa Freire (2001), estas não

devem ser vistas apenas como objeto de ação extensionista, mas como sujeitos, pois em uma intervenção há a troca dos saberes acadêmicos e populares como um percurso de mão dupla.

O Centro Estudantil de Psicologia do Cariri, na Universidade Regional de Cariri (Urca), promove um programa intitulado “Prêmio Empreendedor Social”. Esse projeto identifica e premia líderes de ONGs, cooperativas ou empresas sociais e pessoas que desenvolveram iniciativas inovadoras e sustentáveis para benefício da sociedade. O vencedor pode fazer parte da rede mundial de “Empreendedores Sociais de Destaque” da Fundação Schwab e ganhar bolsas de estudo.

Há também outro projeto intitulado “Your Big Year”, fundado por Chris Arnold e Marti Wigder Grimminck, que promove uma competição entre as ideias dos melhores empreendedores sociais do ano, no qual o ganhador viaja para diferentes países para conhecer outros tipos de projetos para auxiliá-lo e incrementar o seu próprio.

Sobre um exemplo de empreendedorismo social que ocorreu em 2013, quatro garotas africanas de 14 anos (Duro, Akindele, Faleke e Bello) criaram um gerador de energia que rende seis horas de eletricidade com um litro de urina. A ideia foi apresentada no evento Make Faire África, que acontece na Nigéria, e que busca soluções para problemas sociais. Outro exemplo é o de Charles Batte, jovem de Uganda que aos 25 anos criou uma fazenda autossustentável com sistema de saúde comunitário que beneficia mais de 50 pessoas doentes e carentes de recursos.

No Brasil existem organizações para incentivar e orientar o empreendedorismo comercial, como o Sebrae e o Instituto Empreendedor Endeavor Brasil; e há também instituições que fornecem apoio, orientação e descobrimento de novos empreendedores sociais, como é o caso da Ashoka Empreendedores Sociais, o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e o Instituto Internacional de Educação do Brasil (IEB).

Considerando o até aqui exposto, fica compreendida a importância do conceito de empreendedorismo social e da observação das características subjetivas desse empreendedor, bem como a necessidade de se estudar com afinco tais fenômenos, a fim de que esses conhecimentos possam contribuir de forma positiva para o desenvolvimento de novas teorias e práticas nessa área. Vejamos agora como se deu a coleta de dados sobre o tema empreendedorismo social e suas análises, fomento de nossas reflexões agora mais empíricas.

### **Sobre o nosso método de pesquisa**

Realizou-se uma revisão de literatura por meio de artigos nacionais e internacionais publicados nos últimos 15 anos, obtidos via Scielo (indexador eletrônico hospedado em <http://www.scielo.br>) por meio do seguinte procedimento: inserção e cruzamento dos descritores “empreendedorismo social”; “empreendedorismo AND responsabilidade social”; “empreendedorismo social AND responsabilidade social”; “empreendedorismo social AND

funcionários”; “empreendedorismo social AND Psicologia”; “empreendedorismo AND Psicologia Comunitária”; “empreendedorismo social AND Recursos Humanos”; “empreendedorismo social AND internacional”; “empreendedorismo AND açõessociais”; “empreendedorismosocialAND organizações”; “empreendedorismo AND Direitos Humanos”; “empreendedorismo AND desigualdade”; “empreendedorismo social AND intercâmbio”; “internacional AND ONG”; “internacional AND responsabilidade social”.

Foi realizada a contagem dos artigos relacionados aos temas pesquisados (descritores), chegando a uma média aproximada de 18 artigos, que, uma vez submetidos a uma análise mais detalhada de conteúdo (leitura integral dos textos) revelaram-se, alguns mais outros menos, próximos ao conceito de empreendedorismo social – objeto de nosso estudo –, de tal forma que chegamos, descartando os não correlatos, ao número de 10 artigos relacionados e de fato interessantes a nossa pesquisa. Importa ainda destacar que não houve a interferência direta de participantes, apenas a leitura e análise das contribuições advindas dos autores dos artigos encontrados e selecionados.

### **Para onde nossos achados apontam: à guisa de conclusões**

Foi possível observar que entre os dez artigos coletados para esta pesquisa, 60% estavam escritos em português, 30% em inglês e 10% em espanhol. Em relação às nacionalidades dos autores, obtivemos: dois

americanos, um italiano e sete brasileiros.

Por meio de análise, foi possível verificar que 60% dos autores citaram e explicaram o conceito de empreendedorismo social. Surgiram explicações em relação a esse tipo de empreendedorismo como: 1. Organizações com missão social e que se valem de meios comerciais ou de negócios; 2. Organizações engajadas na missão de produzir atividades socioeconômicas; 3. Tipo ideal de organizações nas quais os interesses e valores dos grupos envolvidos no empreendimento são em nome de um interesse geral da comunidade para promoção humana e integração dos cidadãos; 4. Atividades inovadoras com objetivos sociais que podem ser igualmente do setor de fins lucrativos ou sem fins lucrativos; 5. Fator indutor e gerador de auto-organização do sistema social, que contribui para o desenvolvimento integrado e sustentável; 6. O empreendedorismo social deve ser testado pela sua capacidade de provocar mudança social duradoura.

Estavam disponíveis, em 80% dos artigos, exemplos sobre organizações e ações de empreendedorismo social. Entre elas: Empreendimentos Econômicos Solidários (EES), mapeamento que contém informações sobre a Secretaria Nacional de Economia Solidária do Ministério do Trabalho (Senaes/MTE) e o Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES). De acordo com este, havia 21.859 empreendimentos sociais no Brasil em 2012, e destas, 15.675 organizações, ou seja, 75% deles, surgiram após o ano de 2002, o que demonstra o alto crescimento desse tipo de empreendimento atualmente (Sousa, 2012); cooperativas sociais italianas que contêm o

*multi-stakeholdership*; Projeto Plasticultura (um dos projetos da Alunorte com a comunidade de Barcarena), reconhecido com uma das principais premiações brasileiras para projetos sociais; Modelo Juruti Sustentável, divulgado pela empresa de mineração Alcoa; Guide Dogs for the Blind Association (GDBA), do Reino Unido, e National Foundation for Teaching Entrepreneurship (NFTE), maior organização do planeta que promove liderança e empreendedorismo para jovens.

Todos os artigos encontrados contêm informações referentes a algum tipo de aspecto subjetivo do empreendedor social e/ou compreensão de suas ações nas organizações, sendo que alguns descrevem inclusive a investigação das motivações subjetivas para se tornar empreendedor social. Alguns citam como é realizada a gestão estratégica de pessoas nessas organizações, o aperfeiçoamento das condições de relacionamentos interpessoais, a criação e intensificação de estratégias de sucessão de cargos, entre outros.

Quanto às características subjetivas dos empreendedores sociais, foi descrito que eles se mobilizam com o intuito de revelar práticas de dominação e questionar a ideologia dominante, fato relacionado à sua provável condição de vulnerabilidade social em função do contexto em que se insere, portanto, o fenômeno da exclusão. O papel do “líder ético” envolve ações interconectadas que são o respeito aos outros, a vontade de servir, demonstração de justiça, manifestação de honestidade e a construção da comunidade. O altruísmo do comportamento ético manifesta-se na busca do bem-estar geral, no tratamento equânime e igualitário, buscando garantir as



liberdades individuais.

Em relação às motivações subjetivas de indivíduos para se tornarem empreendedores sociais, alguns artigos citaram que a atividade empreendedora mostrou-se como resultado da construção social do indivíduo mediada pela interação entre ele, a rede social em que está inserido e o meio físico. O indivíduo age alicerçado em valores pessoais e move-se inicialmente pelo problema social e a busca de soluções. Há também a motivação pela identificação com o sofrimento alheio ou redefinição de verdades próprias para colocar-se em prol de diminuir o sofrimento dos outros.

Alguns artigos citaram o movimento de incubação como exemplo de empreendimento social. As incubadoras, que são projetos ou empresas que auxiliam no desenvolvimento de pequenas organizações em suas etapas iniciais, colaboram para a reconstrução da identidade cultural brasileira, dando início a um processo histórico no qual o país começa a ser dono de seu destino, por meio de ações individuais, coletivas e globais que visam à inclusão social. A prática social empreendedora compreende a complexidade dos fatores que envolvem o ser humano em seu contexto real e concreto. Desse modo, o empreendedorismo social pode promover o desenvolvimento social a partir da ampliação das oportunidades reais dos seres humanos se desenvolverem como protagonistas da sua história.

De acordo com os artigos, há inovação nas relações de trabalho em algumas categorias de incubadoras de empreendimentos. Nas demais, ocorre uma mudança das

estatísticas de exclusão social, na medida em que seus membros passam à condição de empreendedores e deixam de se submeter a algumas relações de trabalhos consideradas opressoras.

A maioria dos artigos descreveu características sobre a gestão de pessoas nos empreendimentos sociais. Alguns citaram que a gestão nessas organizações, feita pelo empreendedor social, frequentemente é rudimentar e as despesas da organização são custeadas pelos fundadores, por seus parentes mais próximos ou por poucos simpatizantes da causa, devido ao fato de o lucro não ser o objetivo principal da criação desses empreendimentos, mas sim os negócios sociais. Em relação aos financiamentos, esse fato é mais difícil de acontecer quando a população atendida ou o problema social é dotado de forte estigma e preconceito social, como profissionais do sexo, usuários de drogas, travestis e transexuais e detentos em presídios. Financiadores privados habitualmente não gostam de ver suas marcas associadas a esses públicos porque isso pode criar uma imagem negativa perante os clientes.

Até 1990 no Brasil, as empresas se preocupavam mais em dirigir suas ações sociais para a comunidade que estava fora de seus muros. Desse modo, eram raros os investimentos para aumentar a qualificação dos trabalhadores. Mas, desde então, essa preocupação está ocorrendo tanto na questão interna quanto externa à organização.

De acordo com os dados coletados, para desenvolver uma cultura empreendedora social, é preciso incrementar o processo de

formação por meio do desenvolvimento de competências voltadas para a complexidade do contexto social concreto para buscar estratégias adequadas. É preciso superar a ideia de formar “um bom empregado para trabalhar em...” ou um “cumpridor de normas”. Na lógica do empreendedorismo social, a formação precisa instigar nos indivíduos uma nova concepção de mundo, de sociedade e de ser humano, a partir da ampliação das oportunidades reais.

Pelo que foi pesquisado, as empresas sociais passam por três fases de desenvolvimento para ter um modelo de liderança de empreendedor social ideal: a) institucionalização, b) descentralização e c) conglomerado social. Com essas análises, é possível identificar as relações no processo de sucessão. Cada um desses estágios requer um tipo de liderança diferente. No estágio inicial, institucionalização, a organização surge com a influência de um líder carismático, que faz decisões e tem influência sobre todos os níveis da organização para promover a cultura organizacional. No estágio da descentralização, o líder deve produzir resultados eficientes e fornecer suporte para os demais trabalhadores. Esse é um estágio crítico para o período de sucessão, pois nem sempre líderes carismáticos têm todos esses atributos. No estágio da renovação ou conglomerado social, o líder político é o mais apropriado, pois ele deve consolidar os interesses da organização, estabelecer parceiros, expor a organização e estabelecer relações com os *stakeholders* da organização. Durante os estágios iniciais, as organizações têm personificações de seus fundadores. Nos outros estágios, a tendência é que os líderes descentalizem a autoridade,

devido a pressões de mudanças externas que fazem com que as organizações se reinventem para sobreviver.

De acordo com os artigos, a maioria dos empreendimentos sociais tem estrutura de sucessão informal e com curto período de visão, ou seja, não há planos efetivos de sucessão. O controle e as avaliações do processo de sucessão não fazem parte da rotina das organizações estudadas. Em se tratando do exercício da autoridade ou gestão, não estabelecem limite de tempo de mandato e as comunidades não participam das atividades e decisões das referidas organizações.

Por meio deste estudo, foi possível perceber que o termo empreendedorismo social e as ações derivadas deste, vêm crescendo atualmente no planeta e no Brasil desde aproximadamente o ano de 1990, período em que se assistiu ao franco desenvolvimento do neoliberalismo, que reflete o enfraquecimento do Estado e a preocupação cada vez maior de algumas pessoas, grupos e organizações com a desigualdade social e suas consequências. As ações de empreendedorismo social deveriam se somar às ações mais efetivas do Estado.

Este texto forneceu inúmeras informações para se compreender os indícios do motivo desses tipos de empreendimentos estarem crescendo exponencialmente nos últimos anos. Há os fatores das mudanças que a pós-modernidade está gerando, como alteração das atuais configurações de trabalho tradicionais, que geram incertezas para os trabalhadores quanto ao futuro e acabam, desse modo, criando os próprios negócios para não ficar à mercê de fins incertos do

trabalho; os trabalhos que passam a ser frequentemente realizados virtualmente; que podem ser feitos em domicílio; a facilidade atual para créditos e diminuição da burocracia; o descontentamento e contraposição em relação ao exacerbado individualismo atual; a nova geração de pessoas com a tendência de se preocupar mais com a realização profissional do que estabilidade na carreira; a necessidade de preencher as lacunas nas estruturas sociais causadas pelo impacto da ausência do Estado e com o neoliberalismo e a possibilidade de indivíduos ajudarem nas comunidades sem necessariamente participarem do meio político-partidário.

Em relação aos aspectos pessoais dos empreendedores sociais, este pôde ser visualizado, em parte, por meio dos dados que este trabalho forneceu ao citar como são os conceitos e ações dos empreendimentos sociais e porque estão sendo criados em grandes quantidades ultimamente. Junta-se a isso, o fato de haver inúmeras informações atuais disponíveis em redes sociais e outros canais de comunicação, que fazem com que as pessoas passem a ter acesso sobre o que acontece nos países. Desse modo, indivíduos podem se deparar com mais facilidade com os problemas sociais que acontecem no mundo em tempo real, o que contribui para o desenvolvimento e expressões de vontade de mudança. Ultimamente, às novas gerações também estão sendo ensinadas com mais frequência, em relação às anteriores, sobre a importância da responsabilidade no meio ambiente.

De acordo com os resultados das pesquisas sobre os aspectos subjetivos dos

empreendedores sociais atuais, é dito que estes se tornam empreendedores desse tipo porque se mobilizam com o intuito de revelar práticas de dominação e questionar a ideologia dominante. Preocupam-se com a demonstração de justiça e construção da comunidade. O comportamento ético manifesta-se na busca do bem-estar geral, no tratamento equânime e igualitário e na busca das garantias de liberdades individuais.

Apesar de os objetivos dos artigos pesquisados terem sido diversos, todos continham, de alguma forma, análise ou descrição de características inovadoras de como esses empreendedores executam a gestão estratégica de pessoas dessas organizações. Percebe-se que muitas têm dificuldade quanto à questão econômica, considerando-se que esta não é o objetivo principal dessas organizações, mas sim o impacto positivo na comunidade.

Este artigo demonstra que a presença da Psicologia Organizacional e do Trabalho, juntamente com outros tipos de contribuições, poderia ser útil neste ambiente de empreendedorismo social ou nas pesquisas deste, de modo que poderia auxiliar em aspectos relativos aos trabalhadores que se deparam com a nova realidade de configurações do trabalho, que se modificam rapidamente e procuram alicerce no empreendedorismo e, mais especificamente, no empreendedorismo social.

O empreendedorismo social tem como objetivo fortalecer as pessoas e as comunidades para que busquem seus direitos, que incluem aqueles serviços que deveriam ser oferecidos pelo Estado com qualidade. Dessa

forma, contribui com o favorecimento e/ou desenvolvimento dessa autonomia do cidadão carente de recursos, enquanto aguarda pela melhoria nas estruturas da sociedade.

### Referências.

- Albagli, S., & Maciel, M. L. (2003). Capital social e desenvolvimento local. In Lastres, H. M. M., Cassiolato, J. E., & Maciel, M. M. (Orgs.). *Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local*. Rio de Janeiro: Relume Dumará.
- Andrade, M. F. et al. (2012). *Caminhos para o empreendedorismo social*. Aperam Acesita & Instituto Papel Solidário, São Paulo. Recuperado em 15 abril, 2014, de <http://www.aperam.com/brasil/port/fundacao/caminhos-empendedorismo-social.pdf>
- Arruda, M. C. C. (1999). *O momento da ética e o papel da empresa*. São Paulo: Documentos FIDES 2.
- Balibar, E. (1998). *Droit de cit: culture et politique en démocratie*. Paris: Éditions de l'Aube.
- Bauman, Z. (2003). *Modernidade Líquida* (2a ed.). Rio de Janeiro: Zahar.
- Beck, U. (1999). *O que é a globalização? Equívocos do globalismo: respostas à globalização*. São Paulo: Editora Paz e Terra.
- Bornstein, D. (2006). *Como mudar o mundo: empreendedores sociais e o poder das novas idéias* (3a ed.). Rio de Janeiro: Record.
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessmen*. Harper: University of Iowa Press.
- Camargo, M. L., & Valente, M. L. L. C. (2005). Modernidade, sujeito e família: paradigmas em transformação. In M. L. L. C. Valente, W. Castro, & M. Castro (Orgs.). *E a família como vai?* Assis: FCL- UNESP Publicações.
- Cohen, D. (2000). A empresa e sociedade. *Exame, Edição especial: "A empresa do novo milênio"*, fascículo V, p.88, São Paulo.
- Dal Magro, M. L. P., & Coutinho, M. C. (2008). Os sentidos do trabalho para sujeitos inseridos em "empreendimentos solidários". *Psicologia em Estudo*, 13(4), 703-711.
- Demirdjian, Z. S. (2007). Social entrepreneurship: sustainable solutions to societal problems. *Journal of American Academy of Business*, Cambridge, 11(1), 1-2.
- Donaire, D. (1999). *Gestão ambiental na empresa* (2a ed.). São Paulo: Atlas.
- Elkington, J., & Hartigan, P. (2008). *The power of unreasonable people. How social entrepreneurs create markets that change the world*. Boston, Massachusetts: Harvard Business Press.
- Feijó, M., & Macedo, R. M. S. (2012). Gênero, Cultura e Rede Social. A construção social da desigualdade de gênero por meio da linguagem. *Nova Perspectiva Sistêmica*, 44(1).
- Fernandes, A. T. (2002). *Níveis de Confiança e Sociedade de Risco*, Comunicação apresentada ao Colóquio Internacional "Terrorismo e Ordem Mundial", realizado de 7 a 12 de Abril de 2002, na Universidade dos Açores. Portugal. Recuperado em 15 de abril, 2014, de <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/1494.pdf>
- Folha. (2012). *Empreendedor social*. Recuperado em 10 julho, 2014, de [http://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/o\\_que\\_e.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/o_que_e.shtml)
- Freire, P. (2001). *Extensão ou comunicação?* (11a ed.) São Paulo: Paz e Terra.
- Gerber, M. (2011). *O mito do empreendedor*. Rio de Janeiro: Editora Fundamento.
- Gilles, L. (2009). *A era do vazão: ensaios sobre o individualismo contemporâneo*. Barueri: Manole.
- Grzybowski, C. (1999). *Balanco social: um convite à transparência das empresas*. Recuperado em 15 abril, 2014, de <http://www.balancosocial.org.br>

- Habermas, J. (1987). *A modernidade: um projecto inacabado? Crítica – Revista do Pensamento Contemporâneo*, 2, pp. 5-23.
- Hall, S. (2002). *A identidade cultural na pós-modernidade* (7a ed.). Rio de Janeiro: DD&P.
- Kumar, K. (1997). *Da sociedade pós-industrial à pós-moderna: novas teorias sobre o mundo contemporâneo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Lima, J. C. (2010). Participação, empreendedorismo e autogestão: uma nova cultura do trabalho. *Sociologias*, 12(25), 158-198. Recuperado em 15 abril, 2014, de [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext)
- Lima, P. R. S. (2005). *Responsabilidade social: a experiência do Selo Empresa Cidadã na cidade de São Paulo*. São Paulo: Educ; Fapesp.
- Make Faire Africa. (2014). Recuperado em 20 julho, 2014, de <http://makerfaireafrica.com/>
- Martinelli, C. G. (2006). *Auto-ajuda e gestão de negócios – uma parceria de sucesso*. Rio de Janeiro: Azougue.
- Melo Neto, F. P., & Froes, C. (2002). *Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável*. Rio de Janeiro: Qualitymark.
- McClelland, D. C. (1972). *A sociedade competitiva: realização e progresso social*. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura.
- Phillipe, L., & Jahan, E. (1991). *As igrejas diante da empresa*. São Paulo: Loyola.
- Portela, M. A. (2008). *A crise da Psicologia Clínica no mundo contemporâneo*. Campinas: Estudos Psicológicos.
- Rocha, L. A. C. (2007). *Projetos Interdisciplinares de Extensão Universitária: ações transformadoras*. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Semiótica, Tecnologias de Informação e Educação, Universidade Braz Cubas, Mogi das Cruzes, Brasil.
- Santos, J. V. (1999). *Novos processos sociais globais e violência*. São Paulo. *São Paulo em Perspectiva*, 13(3), 18-23. Recuperado em 15 abril, 2014, de [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext).
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2011). *Perfil do microempreendedor: nota conjuntural do observatório das micro e pequenas empresas no Estado do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Observatório das micro e pequenas empresas do Estado do Rio de Janeiro. Recuperado em 15 abril, 2014, de [http://www.sebrae.com.br/uf/rio-de-janeiro/sebrae-no-rio-de-janeiro/estudos-e-pesquisas-1/empreendedorismo/Sebrae\\_EMP\\_dez11\\_pf\\_MEI.pdf/](http://www.sebrae.com.br/uf/rio-de-janeiro/sebrae-no-rio-de-janeiro/estudos-e-pesquisas-1/empreendedorismo/Sebrae_EMP_dez11_pf_MEI.pdf/)
- Schnapper, D. (1998). *La relation à l'autre*. Paris: Éditions Gallimard.
- Schumpeter, J. A. (1982). *Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. São Paulo: Abril Cultural. (Os Economistas).
- Schwab Foundation . (2014). *Schwab Foundation for Social Entrepreneurship*. Recuperado em 10 julho, 2014, de <http://www.schwabfound.org/>
- Silva, A. V. (2009). *Como empreendedores sociais constroem e mantêm a sustentabilidade de seus empreendimentos*. Dissertação de Mestrado, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, Brasil.
- Soares, O. S. (2002). *Visão empreendedora: um estudo sobre a influência na micro e pequena empresa*. Dissertação de Mestrado, Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, Brasil.
- Santos, B. S. (1994). *Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade*. Porto: Afrontamento.
- Sousa, A. N. L. de. (2011). Globalização: origem e evolução. *Caderno de Estudos Ciência e Empresa*. Teresina, 8(1), 2-16. Recuperado em 10 junho, 2014, de <http://www.fae.edu.br/revista/Artigo%20Andreia%20Nadia%20Globalizacao%20ABNT.pdf>

Sousa, E. G. et al. (2005). *A dinâmica das ações nas organizações do terceiro setor e sua relação com o empreendedorismo social*. Recuperado em 10 julho, 2014, de <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad2005-esoc-0895.pdf>

Souza Neto, B. *Contribuição e elementos para um metamodelo empreendedor brasileiro: o empreendedorismo de necessidade do “virador”*. Tese de Doutorado, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

Stevenson, H. H., & Jarillo, J. (1999). A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11, pp.17-27.

Stiglitz, J. E. (2004). *Globalização: a grande desilusão*. Lisboa: Terramar.

Vieira, E. D., & Stengel, M. (2012). Individualismo, liberdade e insegurança na pós-modernidade. *ECOS – Estudos Contemporâneos da Subjetividade*, 2(2). Rio de Janeiro. Recuperado em 15 abril, 2014, de <http://www.uff.br/periodicoshumanas/index.php/ecos/article/view/740>

*Recebido em: 07/07/2015*

*Aceito em: 16/04/2016*